

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Челябинский государственный институт культуры»

На правах рукописи

Хафизов Дамир Михайлович

**СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ ПОВЫШЕНИЯ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ
АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ: СТИМУЛИРУЮЩИЕ ВОЗМОЖНОСТИ
МОДЫ**

Специальность 24.00.01 – Теория и история культуры

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата культурологии

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
профессор
Аскарова Виолетта Яковлевна

Челябинск
2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава I. Генезис и метаморфозы социокультурных практик повышения читательской активности молодежи.....	22
1.1. Чтение и его производные: понятийный аппарат исследования.....	22
1.2. Основные тенденции и социокультурные практики повышения читательской активности молодежи в историко-культурном контексте...	30
Глава II. Мода как агент культурного влияния в системе социокультурных практик повышения читательской активности молодежи.....	52
2.1. Мода и ее производные в культуре чтения.....	52
2.2. Мода как феномен культуры: многообразие ее проявлений в системе социокультурных практик повышения читательской активности молодежи.....	62
2.3. Специфика проявления читательской моды в молодежных субкультурах и интерпретативных сообществах.....	76
Глава III. Возможности применения социокультурных практик повышения читательской активности молодежи институтами инфраструктуры чтения.....	87
3.1. Методические и процедурные аспекты исследования читательской активности молодежи.....	87
3.2. Читательская активность в современных информационно-коммуникативных условиях: результаты эмпирического исследован.....	98
3.3. Социокультурные практики повышения читательской активности молодежи в условиях вузовской библиотеки.....	114
Заключение.....	136
Список литературы.....	145
Приложения.....	184
Приложение А.....	184
Приложение Б.....	186
Приложение В.....	193

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня как никогда актуальны проблемы молодежи, ее социализации и инкультурации, так как именно она определяет будущее любой страны; на молодых лежит историческая ответственность за сохранение и развитие национальных культурных традиций и ценностей, цивилизованную культурную интеграцию в мировое сообщество. Отсутствие в первые 20 лет существования современной России целостной государственной молодежной культурной политики, четких ценностных ориентаций в системе воспитания, образования, просвещения подрастающего поколения привело к существенному снижению потребности в развивающем, одухотворяющем чтении.

В нынешней ситуации, для которой характерны коммерциализация культуры, ослабление преемственности национальных традиций, бурное развитие информационных технологий, радикальное изменение практик коммуникативного поведения, перед всеми институтами образования и культуры, особенно – библиотеками, стоит задача переосмысления собственных функций и содержания деятельности, поиска новых путей воздействия на молодежь в целях стимулирования читательской деятельности. Безусловно, сегодня существуют позитивные примеры эволюции отдельных библиотек, которые представляют собой все более значимые центры культуры, информации, коммуникации, привлекающие молодежь новыми дизайнерскими решениями, эргономикой и функциональностью пространства и оборудования, квалифицированным (в том числе, молодым) персоналом и т. д. Однако распределены такие библиотеки по стране крайне неравномерно, а их количество остается недостаточным в современных реалиях демографического роста населения, особенно молодой его части. Критичность ситуации подтверждается «Концепцией программы поддержки детского и юношеского чтения в Российской Федерации», утвержденной Председателем Правительства Российской Федерации Д. А. Медведевым (2017), в которой отмечено снижение интереса к книге и чтению во всем мире, особенно у подрастающего поколения.

Согласно исследовательским задачам, под чтением мы понимаем феномен культуры, социокультурную практику, в основе которой лежит читательская деятельность. Исходя из данного подхода, до сих пор нельзя с уверенностью сказать, что известна реальная картина чтения молодежи, так как соответствующие исследования немногочисленны, разрозненны и часто носят локальный характер. Практически не изучено влияние субкультур и культурных практик интерпретативных сообществ на образование, интенсивность читательской деятельности, использование ими тех или иных коммуникационных каналов и информационных технологий, определяющих выбор и оценку литературы. Вместе с тем некоторые из названных сообществ были сформированы благодаря чтению, а их онлайн-представительства объединяют молодежь по всему миру посредством сети интернет. Недооцененным остается влияние моды как социокультурного феномена на читательскую активность молодых людей, тогда как специалистами в области социологии и социальной психологии (Г. Блумером, Г. Зиммелем, И. С. Коном, Б. Д. Парыгиным, Б. Ф. Поршневым и др.) подчеркивается повышенная подверженность воздействию этого феномена именно молодежной аудитории.

Рассматривая различные проявления моды в чтении и возможности их использования в системе работы по стимулированию читательской активности, мы исходим из того, что мода как концентрированное выражение общественного мнения в различных средах может создаваться не только стихийно, но и целенаправленно; книги или авторы могут стать модными, если получают положительные отзывы репрезентативных для массового или группового сознания личностей; регулярно упоминаются как модные в СМИ (эффект внушения); распространяются благодаря «эффекту доверия» и «эффекту молвы». Первостепенная роль здесь принадлежит процессу выстраивания модной коммуникации с помощью социально-психологических механизмов общения (заражения, внушения, убеждения, идентификации), воздействующих на проявления читательской активности молодых людей, особенности их взаимодействия по поводу книги и чтения. Немаловажна и роль

коммуникационных каналов (межличностного общения, документов, литературных экранизаций, интернета и др.), которые можно использовать в качестве кратчайших путей и эффективных средств побуждения к чтению с подключением потенциала новых информационных технологий.

Основная цель реализации системы социокультурных стимулов читательской деятельности молодежи с использованием возможностей моды должна быть связана с повышением читательской активности, превращением чтения в устойчивую культурную привычку, развитием литературно-художественного вкуса и критического мышления у молодых читателей как основы их общей культуры и медийно-информационной грамотности. Это позволит выстроить целостную систему поддержки и развития чтения молодежи, которая в нашей стране сегодня проходит стадию становления как составной элемент государственной культурной политики. Мода же может быть использована в качестве эффективного инструмента, своего рода агента культурного влияния, вовлекающего молодых людей в систематическое чтение.

Безусловно, проявления моды в читательской деятельности при всем разнообразии существующих о ней представлений на сегодняшний день изучены недостаточно глубоко. Между тем совершенно очевидно, что институты инфраструктуры чтения должны на них реагировать: усиливать позитивные и ослаблять негативные тенденции, искать новые возможности использования каналов и механизмов моды в целях стимулирования читательской активности. Деятельность названных институтов, особенно библиотек, видится как совокупность социокультурных практик информационно-образовательной и культурно-досуговой направленности, способствующих продвижению и распространению научных знаний, повышению читательской активности молодых людей, формированию и/или развитию их специфических компетенций, общей и читательской культуры в современных информационно-коммуникативных условиях, в том числе посредством стимулирующего влияния моды, ее каналов и механизмов.

Выявленные противоречия обусловили **проблему исследования:** несоответствие между объективной значимостью чтения для социализации, профессионализации и личностного становления молодежи, особенно студенчества, и недостаточной обоснованностью теоретических и прикладных аспектов социокультурных практик повышения ее читательской активности средствами моды и других разнообразных феноменов массового поведения в условиях современной информационно-коммуникационной культуры.

Степень научной разработанности темы. Заявленная тема диссертации обладает известной степенью новизны, однако изучение молодежи, ее культуры, своеобразия чтения и стимулирования читательской деятельности данной категории имеет давнюю традицию. Эти обстоятельства обусловили обращение к широкому кругу источников научного характера, среди которых публикации в профессиональной печати, научных базах данных и средствах массовой информации, на специализированных интернет-ресурсах в области философии, культурологии, социологии, психологии, библиотековедения, библиопсихологии и читателеведения, так или иначе связанных с проблематикой нашего исследования.

Молодежь и молодежная культура рассматривались в науке в разных аспектах: основной круг вопросов ограничен проблемой взаимоотношений поколений (К. Мангейм, К. Маркс, М. Мид, Х. Ортега-и-Гассет, Х. Шельский, Ф. Энгельс и др.); проблемой молодежной субкультуры (Е. Томпсон, В. Тернер, Р. Уильямс, Р. Хоггарт, Ш. Эйзенштадт и др.) и проблемой изменения ценностей (Ф. Трэшер, У. Уайт и др.) [120; 122; 142; 235; 281; 309; 344; 352].

Вопросы развития молодежи в истории России как самостоятельной социальной группы активно изучались Л. М. Русаковой, М. Митрохиным, А. Липатовым, М. Тюриным, А. Сысоевой, Н. Немчинским, В. Волковым, А. Кировым, А. Горуновичем, Л. Шацким, С. И. Гусевым, С. М. Кировым, Г. Шварцем, В. Зайцевым и др. Отдельно разрабатывалась проблема рабочей молодежи, которая в дореволюционный период российской истории фактически была вне поля научных интересов. Среди работ этого рода сегодня интерес представляют книги И. А. Арямова, В. А. Зайцева, Б. Б. Когана и

М. С. Лебединского. Особое внимание в работах Р. Выдрина, В. М. Фриче, Н. П. Гилярова-Платонова, А. О. Гусева, М. Волохова и В. А. Змеева уделялось студенчеству, его развитию как самостоятельной социальной общности и влиянию на определенные исторические события [45; 47; 50; 63; 78; 89; 95; 123; 130; 146; 170; 173; 234].

Другую важную область социокультурного анализа составляют специфические социальные проблемы, связанные с различиями молодежи: субкультурные течения входят в поле интересов культурологов, социологов, психологов и педагогов, таких как И. А. Беляев, М. Брейк, В. В. Волкова, К. Н. Гончаренко, П. С. Гуревич, В. Ф. Еремеева, С. Н. Иконникова, Т. В. Курчашова, С. И. Левикова, Е. Л. Омельченко, Ю. А. Петрова, В. К. Сергеев, Е. Н. Ситникова и многие другие [26; 35; 44; 60; 70; 109; 112; 139; 147; 176; 183]. Интерпретативные сообщества, напротив, в теоретическом аспекте изучены недостаточно подробно (Н. Л. Соколова, А. С. Сумская, П. Ф. Сумской, С. Фиш, И. А. Щирова); в основном акцент делался на влиянии медиаиндустрии, продюсировании информационных потоков в социальных медиа и роли трансмедиа в формировании данных социокультурных общностей. Отдельные молодежные группы рассматривались в рамках исследований К. Chandler-Olcott, Z. C. Doerr, D. Mahar, К. А. Прасоловой и др. [154; 192; 193; 237; 265; 276; 288]. Однако вопросы бытия молодежных субкультур и интерпретативных сообществ в книжной культуре, влияния профессионального сообщества на их читательскую деятельность и роли чтения в системе субкультур практически не изучены.

Чтение в методологии культурных практик рассматривали такие известные ученые, как А. Мангуэль, Н. А. Рубакин, Р. Шартье, У. Эко [121; 166; 167; 232; 238]. В качестве социального института чтение исследовали социологи культуры (Л. Д. Гудков, Б. В. Дубин, Н. А. Зоркая, М. М. Самохина, В. Д. Стельмах, Н. Д. Юмашева) [56; 68; 136; 171; 240]. На стыке философии, культурологии и социологии чтение исследовали культурологи М. Ю. Гудова, М. В. Загидуллина, Л. Б. Зубанова, С. С. Соковиков, С. Г. Фатыхов и др. [57–59; 73; 74; 80; 191; 206]. Филологи (Т. Д. Венедиктова, М. В. Строганов, М. А. Черняк) исследуют

литературу в контексте читательских рецепций [135; 224]; феноменолого-герменевтическое направление развивает А. Ф. Закирова [75]. С позиций читателеведения чтение изучают В. Я. Аскарлова, В. А. Бородина, В. С. Крейденко, Ю. П. Мелентьева [7–12; 15–19; 33; 34; 107; 125]; в русле библиопсихологии – К. И. Воробьева, Ю. Н. Дрешер, И. Н. Казаринова [46; 67; 87]. Чтение как объект исследования традиционно представляет интерес для психологов и педагогов (А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн, О. Р. Тучина) [114; 168; 204]. В контексте речевой деятельности его изучают Н. И. Жинкин, И. А. Зимняя, С. А. Леонов, А. А. Леонтьев и др. [72; 113; 116; 155].

Несмотря на кажущееся обилие исследований, чтение как базовое понятие и его производные до сих пор не имеют согласованных в научном сообществе трактовок, наиболее полно характеризующих это разностороннее и своеобразное явление. Признавая и уважая давние научные традиции в области его исследования, считаем необходимым в данной работе изучить круг вопросов, связанных с чтением, в рамках культурологического подхода как кроссдисциплинарно интегрирующего сложившуюся систему библиотковедческого, социологического, социально-психологического и читателеведческого знания.

Обращаясь к проблеме стимулирования читательской деятельности молодежи как частной проблеме ее культурного развития, отметим, что теоретико-методологические аспекты изучения читателей, в том числе молодых, а именно вопросы психологии чтения и читателя, библиотечной психологии, истории, а также вопросы эффективности применения тех или иных методов изучения читателей отражены в трудах Д. А. Балики, И. Е. Баренбаума, С. А. Вальдгардта, А. Виленкина, А. А. Гайворовского, П. И. Гурова, А. А. Покровского, Н. А. Рубакина, Я. М. Шафира и других исследователей [22; 190].

Молодежное чтение оформилось в самостоятельную проблему благодаря трудам Л. И. Беляевой, Н. А. Бодровой, Л. Б. Бурлакова, И. И. Ганицкой, Е. П. Крупника, Д. М. Лекаренко, В. Невского, И. П. Осиповой, А. Т. Парфенова, Л. М. Сигал, С. М. Смирновой, М. Д. Смородинской, В. Д. Стельмах,

И. И. Тихомировой, М. Г. Ханина, Г. И. Хмары, И. А. Чернос и др. Эти библиотековеды, книговеды и педагоги принимали участие в таких крупных исследовательских проектах, посвященных изучению чтения молодежи, как: «Книга в жизни рабочей молодежи» (1966), «Читательские интересы ленинградской рабочей молодежи» (ЛГИК, 1967), «Книга и чтение в жизни небольших городов» (1972), «Чтение строителей комсомольских строек» (1968–1978), «Юный читатель – 80» (в нем изучалось чтение учащихся старших классов средних школ, техникумов, ПТУ), «Книга в жизни молодежи современного советского села» (1968–1978) [96; 97; 189]. Это были серьезные социологические работы, запечатлевшие характерные черты читательской деятельности молодежи, ее взаимосвязь с другими проявлениями коммуникативной активности.

Сегодня в исследовании вопросов ослабления читательской деятельности молодежи акцент смещен с фиксации проблемы на поиск инструментов ее решения; формы, методы и приемы интенсификации содержательного молодежного чтения занимают умы многих библиотековедов, педагогов, психологов, социальных технологов. В. Я. Аскарлова, В. А. Бородина, Н. И. Гендина, Н. Е. Добрынина, Т. Д. Жукова, Г. А. Иванова, Э. И. Иванова, О. Л. Кабачек, Ю. П. Мелентьева, И. М. Немчина, Е. В. Полевина, Н. Н. Светловская, Н. Н. Сметанникова, Ю. Н. Столяров, И. И. Тихомирова, В. П. Чудинова, М. А. Черняк, А. А. Фомина и др. в своих трудах поднимают вопросы осмысления чтения молодежи в современных информационно-коммуникативных условиях, его стимулирования посредством интернет-технологий, внедрения инновационных форм библиотечной и педагогической работы, развития идеологии культурного посредничества, исследования возможностей читательской моды и др. [11; 15; 17; 33; 34; 82; 125; 172; 185; 224; 230].

В зарубежной социальной и культурной антропологии чтение осмысливается как новая культурная практика, выполняется его анализ в диахронном срезе; оно рассматривается как индикатор глубинных социокультурных процессов. Появляются исследования, ретроспективно показывающие изменение характера

чтения. Наиболее активно в этом ключе работают независимые компании, государственные и общественные организации и исследовательские центры: Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР, международная межгосударственная организация экономически развитых стран); Фонд Азия-аналитика (фонд содействия развитию связей со странами Центральной Азии, Россия); Евробарометр (исследовательский центр Евросоюза); Allensbach Institute (исследовательский центр демоскопии в Германии); Publishing Technology (аналитический центр Великобритании); Digital Book World (центр сбора актуальных сведений для издателей книжной цифровой индустрии, США), Nielsen Book & Consumer's Survey (исследовательский центр книжного рынка, США); Фонд Общественного Мнения, Левада-центр, ВЦИОМ (социологические исследовательские центры, Россия) и крупнейшие национальные библиотеки и ведущие университеты России, США, стран Европы и Азии [49; 68; 88; 136; 156; 171; 236].

В мировой науке в последние годы широко освещается проблема разработки и внедрения стратегий чтения, влияющих на повышение активности молодых читателей, в том числе с применением информационных технологий и технических средств (Т. Г. Галактионова, Т. Х. Дебердеева, Г. В. Пранцова, Е. С. Романичева, Е. А. Селютина, Н. Н. Сметанникова, А. А. Adler, А. В. Artis, N. Chen, R. F. Flippo, L. Y. Li, F. Matulic, J. Palilonis, A. K. Pugh, A. Thayer и др.) [28; 59; 65; 136; 144; 154; 165; 225–228; 232; 241; 262; 276; 281; 292; 321; 309]. Современные исследователи активно обращаются к проблеме внедрения новых информационных технологий в читательскую среду. Рассматривается применение инструментов Web 2.0 в образовательной практике, их влияние на читательскую активность студентов. Отдельные статьи касаются возможностей комиксов, влияющих на понимание прочитанного, а также работы с текстом на фазе постчтения («post-reading activities») (C. Chien, J. Derrick, J. R. Elam, E. G. Girgin, I. S. Hamidon, A. Merc) [268; 275; 282; 294; 321; 310].

Мода в целом как многомерное явление считается одним из самых широко известных феноменов социальной жизни. В научной, научно-популярной и

художественной литературе мода неоднократно выступала в качестве объекта исследования, входя в сферу интересов специалистов целого ряда отраслей знания, или упоминалась в процессе размышлений философов (Е. Я. Басина, М. М. Бахтина, И. Канта, А. Смита), семиотиков (Ю. М. Лотмана), историков (И. А. Алпатовой, С. М. Ванькович, А. А. Васильева, А. М. Горбачевой, Р. В. Захаржевской, Е. В. Киреевой, Т. В. Козловой, М. Н. Мерцаловой, Т. П. Неклюдовой, Б. Ф. Поршнева), антропологов (Э. Сепира), культурологов (Е. А. Аброзе, В. Беньямина, П. Бурдые, С. А. Вангородской, П. Голдинга, М. В. Грусман, П. С. Гуревича, С. Жижека, С. Н. Иконниковой, Л. Г. Ионина, А. В. Коневой, Г. Мердока, Г. Р. Миллса, Н. Постмана, В. П. Римского, А. Тойнби, А. В. Толстых, Э. Фромма), социологов (А. Б. Гофмана, Г. Тарда, А. А. Зиновьева, Г. Зиммеля, И. С. Кона, Л. В. Петрова), психологов (Г. Блумера, Б. Д. Парыгина), литераторов (К. С. Аксакова, Ж. Бодрийяра, Ф. М. Достоевского, А. С. Пушкина, Л. Н. Толстого, У. Эко), технологов производства одежды (Р. М. Кирсановой), экономистов (Т. Веблена, Л. Н. Жилиной, В. Зомбарта) и др. [1; 29; 30; 36; 40; 52; 55; 60; 77; 79; 83; 91; 102–104; 186; 200].

При всей актуальности изучения феномена моды в вопросах чтения сегодня можно встретить немного работ, посвященных конкретно данной проблематике. В частности, В. Я. Аскарлова рассматривает моду и ее механизмы в сфере чтения, а также вводит понятия «читательская мода» и «мода на чтение» [8; 12; 16]; отдельные аспекты читательской моды, ее разнообразных проявлений рассмотрены в трудах Т. О. Бобиной, Е. В. Егоровой, С. А. Кругляковой, К. Б. Лавровой, О. В. Лебедевой, Н. К. Сафоновой, Е. А. Селютиной, А. А. Фоминой, М. А. Черняк [7; 28; 111; 175; 194].

Осмысление проблем влияния новейших технологий и информационно-коммуникативных средств (интернета в том числе) на развитие культуры представлено в работах Б. Барроу, М. Льюис, С. И. Паринова, А. В. Петюшкина, И. В. Успенского, Т. И. Яковлева [24; 118; 148; 205]. Социокультурное измерение интернета исследовано в работах западных (М. Кастельса, Г. М. Маклюэна, Э. Тоффлера) и отечественных (Е. Б. Галицкого, Е. М. Гашковой, О. В. Орловой,

С. В. Расторгуева, А. А. Чернова, И. В. Эйдмана и др.) ученых. Различные аспекты взаимосвязи информационных процессов и культуры рассматриваются в работах таких исследователей, как: Ю. С. Зубов, К. К. Колин, И. А. Негодаев, Т. Н. Соснина, Л. А. Василенко и др. [39; 81; 100].

Тем не менее, несмотря на обилие аналитических, историко-теоретических, социологических и иных работ, проблемы стимулирования читательской деятельности посредством механизмов модообразования с использованием интернет-технологий остаются «белым пятном» в исследовательском пространстве. Очевиден явный дефицит эмпирического материала, связанного с проявлениями моды в чтении, ее влиянием на содержание и качество чтения молодых людей, в частности студентов. Не сложились обоснованные представления о возможностях стимулирования читательской деятельности посредством социально-психологических механизмов моды с применением интернет-технологий. В мировой научной повестке отсутствуют исследования, направленные на выявление особенностей и отличий в стимулировании читательской деятельности представителей различных молодежных субкультур и интерпретативных сообществ. На восполнение этого пробела и направлена данная диссертационная работа.

С учетом актуальности проблемы, ее недостаточной разработанности и имеющихся противоречий определена **тема** диссертационного исследования: «Социокультурные практики повышения читательской активности молодежи: стимулирующие возможности моды».

Цель исследования – выявить наиболее эффективные социокультурные практики повышения читательской активности молодежи посредством возможностей феномена моды и применения интернет-технологий в условиях современной информационно-коммуникационной культуры.

Объект исследования – социокультурные практики повышения читательской активности.

Предмет исследования – возможности повышения читательской активности молодежи с помощью социокультурных практик, реализуемых посредством моды

(ее каналов, механизмов), в современных информационно-коммуникативных условиях.

В соответствии с поставленной целью, объектом и предметом были определены следующие **задачи исследования:**

1. Изучить основные подходы к толкованию концепта «чтение» и его производных в поле культурологического знания.

2. Обозначит основные тенденции и социокультурные практики повышения читательской активности молодежи в историко-культурном контексте.

3. Охарактеризовать читающую молодежь как социально-демографическую общность, дифференцированную принадлежностью к определенным субкультурам и интерпретативным сообществам, и исследовать особенности формирования читательской моды в данных сообществах.

4. Провести терминологический анализ понятия «мода», его производных в сфере чтения.

5. Выявить основные каналы распространения читательской моды в молодежной среде, возможности использования ее механизмов в качестве инструментов влияния на читательскую активность молодежи.

6. Разработать и реализовать методику эмпирического исследования, связанного с проявлениями читательской моды в студенческой среде, посредством интернет-технологий.

7. Провести экспериментальную работу, нацеленную на стимулирование читательской деятельности студенческой молодежи с использованием возможностей моды и интернет-технологий на базе научной библиотеки Южно-Уральского государственного университета (НБ ЮУрГУ).

Теоретическая значимость работы определяется перспективами дальнейшего развития культурологии, читателеведения и библиотековедения на основе углубления понимания процессов образования и распространения читательской моды в молодежной среде; особенностей проявления названного феномена в различных субкультурных и интерпретативных сообществах; уяснения возможностей использования социально-психологических механизмов моды и

главного канала ее распространения в молодежной среде – интернета – в работе по повышению читательской активности названной категории читателей.

Практическая значимость результатов диссертационного исследования состоит в том, что разработанные и апробированные методы, формы стимулирования читательской деятельности молодежи, выводы и рекомендации, полученные в результате экспериментальной работы, могут быть внедрены в систему работы по поддержке и развитию чтения, прежде всего – в практику работы библиотек, взаимодействующих с молодежью. Эта деятельность может стать важнейшей составляющей культурной политики федерального, регионального и институционального уровней.

Авторская методика сбора эмпирического материала, характеризующего значимые аспекты молодежного чтения, с применением интернет-технологий может быть использована любым социально-коммуникационным или образовательным институтом, заинтересованным в получении подобного материала.

Кроме того, материалы кандидатской диссертации могут найти применение при разработке вузовских учебных дисциплин культурологической, читателеведческой направленности, а также в системе дополнительного профессионального образования.

Методология и методы исследования. Методологической доминантой исследования выбран *культурологический подход*, кроссдисциплинарно интегрирующий основания, подходы и методы социологии, социальной психологии, библиотековедения и читателеведения; он дал возможность преодолеть методологические ограничения в указанных науках и рассмотреть объект и предмет исследования с разных позиций. Культурологический подход, обеспечив единство аксиологического, деятельностного и индивидуально-творческого аспектов культуры, позволил рассмотреть молодежь в качестве субъекта культуры, главного действующего лица; исследовать динамику читательской культуры молодого читателя в изменяющемся культурно-историческом пространстве (В. Я. Аскарова, Б. В. Банк, А. Н. Ванеев, Н. А. Рубакин

и др.); представить моду как систему во взаимосвязи всех форм ее предметности (С. Н. Иконникова, М. С. Каган, Э. С. Маркарян, Э. А. Орлова, В. С. Степин, А. Я. Флиер); провести терминологический анализ моды как социокультурного феномена (Е. А. Аброзе, В. Беньямин, П. Бурдые, С. А. Вангородская, П. Голдинг, М. В. Грусман, П. С. Гуревич, С. Жижек, Г. Мердок, Г. Р. Миллс, Н. Постман, В. П. Римский, А. Тойнби, А. В. Толстых, Э. Фромм).

Читателеведческий подход был использован при анализе состояния исследований в области молодежного чтения, обосновании производных моды в сфере чтения («мода на чтение», «читательская мода», «модные книги» – В. Я. Аскарова). Соответственно, чтение воспринимается как базовая ценность молодежной культуры, в связи с чем освоение культуры как системы ценностей представляет собой, во-первых, развитие самого молодого человека и, во-вторых, становление его как творческой личности (С. М. Бородин, В. А. Бородина, Т. Г. Галактионова, М. Ю. Гудова, Н. А. Стефановская и др.).

Для рассмотрения понятия «молодежь» был использован *ювенологический подход*, аккумулирующий знания о становлении молодого поколения, а также уделяющий значительное внимание социальной практике взаимодействия с этой категорией населения. *Стратификационный подход* позволил провести анализ дифференциации и стратификации социальной молодежи, представить ее хронологически ограниченной возрастом социально-демографической группой (14–35 лет), которая имеет специфичные социальные позиции, статус и роли, определяющиеся уровнем социально-экономического, культурно-образовательного развития, особенностями социализации в обществе (С. Н. Иконникова, И. С. Кон, В. Т. Лисовский, В. А. Луков, Е. Л. Омельченко, И. В. Солодникова, В. И. Чупров и др.).

Субкультурный подход был необходим, так как он выделяет молодежь в обществе как социокультурную группу со специфическим образом жизни, стилем поведения, культурными нормами и ценностями. В работах Е. Л. Омельченко, Т. Парсонса, Е. Томпсона, В. Тернеар, Р. Уильямса, Р. Хоггарта, Ш. Эйзенштадта и

других ученых молодежь рассматривается через совокупность присущих ей культурных свойств и функций.

Социально-психологический и индивидуально-психологический подходы позволили детально погрузиться в проблему стимулирования читательской деятельности молодежи, ее субкультурных групп и интерпретативных сообществ, с использованием возможностей моды, ее социально-психологических механизмов воздействия (заражения, подражания, внушения и пр.) с применением интернет-технологий.

Библиотечный подход позволил обосновать технологии библиотечного воздействия на стимулирование читательской деятельности молодежи в условиях вузовской библиотеки.

Социологический подход определил методику исследования, которая включает анкетирование, экспериментальную библиотечную практику, наблюдение, а также анализ документации, статистических показателей и объективной ситуации, сложившейся в Научной библиотеке Южно-Уральского государственного университета как опорной базе исследования.

Научная новизна исследования заключается в том, что:

- обосновано понятие «социокультурные практики повышения читательской активности»;
- выделены и обозначены основные тенденции и социокультурные практики повышения читательской активности молодежи в историко-культурном контексте;
- осуществлен анализ технологий влияния социально-психологических механизмов моды на чтение;
- сопоставлены и разграничены концепты «молодежная субкультура» и «интерпретативное сообщество»;
- дана характеристика читающей молодежи в соответствии с ее принадлежностью к определенным субкультурам и интерпретативным сообществам;
- предложена трактовка культурно-просветительной деятельности вузовской библиотеки;

– разработана и реализована авторская методика сбора эмпирического материала, связанного с проявлениями моды в чтении студенческой молодежи, посредством интернет-технологий;

– на основе экспериментальной работы выявлены и обоснованы возможности повышения читательской активности молодежи посредством феномена моды с применением интернет-технологий в условиях библиотечного воздействия.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Автором введено понятие «социокультурные практики стимулирования читательской активности», которое трактуется как любая инициатива, творчески созидательная деятельность, проявляющаяся в поле культуры чтения, исходящая от того или иного культурного посредника, направленная на установление коммуникации между читательской аудиторией и миром текстов с целью интенсификации читательской деятельности и создания условий для повышения уровня читательской культуры и культуры чтения в целом.

2. Начиная с XIX в., молодежь осознавалась как приоритетный читатель; это определяло исследовательский интерес к данной категории, поиск социокультурных практик повышения ее читательской активности. Для настоящего времени характерны поддержка и развитие чтения со стороны государственных, общественных и специализированных институтов (библиотек, книготорговых и издательских организаций, учреждений образования, центров чтения и др.) на уровне законодательных и общественных инициатив. Наиболее результативными социокультурными практиками в данном направлении являются культурно-досуговые и просветительные акции и мероприятия (праздники чтения, книжные ярмарки, читательские коллоквиумы, встречи с писателями, различные игровые технологии, рекламные кампании по продвижению книги и чтения). Развиваются разнообразные формы профессиональной и непрофессиональной рекомендации книги; на активизацию читательской деятельности направлены усилия авторского корпуса и активной части читательского сообщества. Предпринимаются попытки создания моды на чтение посредством использования

каналов и социально-психологических механизмов общения и др., причем значительная роль в этих процессах принадлежит интернет-технологиям.

3. Мода может выступить в качестве своего рода агента культурного влияния, одной из социокультурных практик, активно воздействующих на поведение индивида в сфере чтения посредством социально-психологических механизмов общения (заражения, внушения, убеждения, конформизма, идентификации); в качестве субъектов воздействия могут выступить писатели, книгоиздательские и книготорговые организации, органы государственной власти, медийные лица, педагоги, популярные блогеры, интернет-сообщества, библиотеки, а также сами читатели и др. В совокупности с такими социокультурными практиками, как реклама, экранизация, рекомендательные интернет-сервисы, флешмоб, буккроссинг и пр., мода может способствовать возведению книги и чтения в ранг престижных ценностей.

4. В современных информационно-коммуникативных условиях наиболее эффективным каналом моды, оказывающим значительное влияние на читательскую активность молодежи, является интернет. Необходимо подключать весь потенциал сетевых ресурсов и сервисов в связке с новыми информационными технологиями и социокультурными практиками, применять их в сочетании с социально-психологическими механизмами моды: развивать книжный блогинг, информационное сопровождение в социальных сетях, общение по поводу книги и чтения на литературных и библиотечных порталах, в читательских сообществах посредством тематических постов, тем самым провоцируя обсуждения и дискуссии литературно-книжной тематики.

5. Молодежь – это неоднородная, дифференцированная по различным основаниям общность. Существует масса субкультур, ценностные ориентации которых связаны с миром книги и чтения: киберпанк, ванильки, нью-эйдж (new age), фуммри, ролевики, анимешники (отаку), толкинисты, поттероманы, лукьянисты, акунисты и др. Кроме того, существуют и интерпретативные сообщества, возникающие на литературно-текстуально-дискурсивной основе (в основном это фандомы, группирующиеся вокруг популярных в молодежной среде

литературных явлений – аниме, манга, комиксы, иных жанров, а также конкретных книг и авторов). Эти сообщества могут развиваться и функционировать внутри молодежных субкультур; им свойственны демонстративность и избирательность по отношению к конкретным литературным произведениям, жанрам или авторам. Следовательно, в противоположность большинству мнений, понятия «субкультуры» и «интерпретативные сообщества» синонимами не являются и соотносятся как базовое и производное понятия соответственно.

Следовательно, чтобы понять возможности стимулирования читательской активности молодежи и ее специфических групп посредством социально-психологических механизмов моды и интернет-технологий с помощью определенных социокультурных практик, необходимо изучать систему ценностей, интересы и потребности молодого читателя, его принадлежность к определенной субкультуре и/или интерпретативному сообществу.

6. Культурно-просветительная деятельность современной вузовской библиотеки видится как совокупность социокультурных практик в форме информационно-образовательных и культурно-досуговых акций, действий, событий по повышению читательской активности студентов, формирующих и/или развивающих их специфические компетенции, общую культуру и культуру чтения с использованием стимулирующего влияния моды, ее каналов и механизмов. Наиболее результативными в данном контексте представляются формы, предполагающие субъект-субъектное взаимодействие (игры, квесты, клубы, интернет-сообщества и пр.).

Обоснованность и достоверность результатов исследования обеспечены доказательной базой и логикой исследования, применением комплекса теоретических и эмпирических методов, репрезентативностью полученных диагностических данных, воспроизводимостью и повторяемостью результатов исследования; количественным и качественным анализом данных, полученных в результате библиотечной экспериментальной работы, доказательством выдвинутой гипотезы, личным участием автора в организации работы исследовательской площадки.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности.

Представленные в исследовании положения о роли и месте моды как феномена культуры, ее механизмах и каналах в процессе стимулирования читательской деятельности молодежи, в том числе представителей отдельных субкультурных групп и интерпретативных сообществ, соответствуют п. 1.14 (Возникновение и развитие современных феноменов культуры), 1.20 (Культура и субкультуры. Региональные, возрастные и социальные ориентации различных групп населения в сфере культуры), 1.31 (Организация культурной жизни), 1.32 (Система распространения культурных ценностей и приобщения населения к культуре), 1.33 (Институты культуры и их функции в обществе), 3.5 (Понятие и виды субкультур) и 3.8 (Проблемы носителей культуры и их трансляция через поколения) паспорта специальности 24.00.01 – Теория и история культуры.

Апробация и внедрение результатов исследования осуществлялись посредством:

– участия в международных конференциях: XIII международный научно-творческий форум «Молодежь в науке и культуре XXI века: встречи в новом формате» (Челябинск, 2014); IX Международная научно-техническая конференция «Динамика систем, механизмов и машин» (Челябинск, 2014); IV Международная научно-практическая конференция «Чтение и грамотность в образовании и культуре: новые имена в новом веке» (Москва, 2015); III международный интеллектуальный форум «Чтение на Евразийском перекрестке» (Челябинск, 2015); 3rd Baltic Sea – 17th Nordic Literacy Conference (III конференция стран Балтийского моря – XVII конференция по чтению скандинавских стран) (Финляндия, 2016); XV Международный научно-творческий форум «Молодежь в науке и культуре XXI века» (Челябинск, 2016); XX юбилейная международная конференция и выставка «Libcom-2016» (Суздаль, 2016); V Международная научно-практическая конференция «Чтение и грамотность в образовании и культуре: итоги и перспективы» (Москва, 2017); 49 Всероссийская научная конференция молодых исследователей «Культурные инициативы» (Челябинск,

2017); IV международный интеллектуальный форум «Чтение на евразийском перекрестке» (Челябинск, 2017);

– участия во Всероссийском молодежном форуме «Таврида» (Симферополь, 2017);

– участия во внутривузовских конференциях: XXXVI научно-практическая конференция профессорско-преподавательского состава академии «Культура–искусство–образование: научные и прикладные аспекты» (Челябинск, 2015); 47-я научная студенческая конференция (Челябинск, 2015);

– публикаций в печати по теме исследования в культурологических, библиотековедческих и читателеведческих изданиях, в том числе рекомендованных ВАК МОиН РФ, а также проведения экспериментальной работы на базе исследования;

– работы в научной библиотеке Южно-Уральского государственного университета (НИУ) (Челябинск), которая включает в себя организацию и проведение культурно-массовых мероприятий среди молодежи, направленных на стимулирование их читательской активности и популяризацию библиотеки.

Структура диссертационного исследования. Объем диссертационного исследования – 202 страницы, состоит из введения, трех глав, заключения, списка цитированной и использованной литературы, включающего 356 источников, из них 108 – англоязычных. Имеются приложения, в которых отражены основные результаты эмпирического исследования.

ГЛАВА I. ГЕНЕЗИС И МЕТАМОРФОЗЫ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРАКТИК ПОВЫШЕНИЯ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ

1.1. Чтение и его производные: понятийный аппарат исследования

Прежде чем рассматривать социокультурные практики повышения читательской активности молодежи, представим понятийный аппарат, которым будем оперировать в ходе изложения исследовательского материала. Это тем более важно, что культурология как молодая научная дисциплина переживает стадию разработки собственной терминосистемы, активно используя словесные обозначения значимых для нее понятий из других областей научного знания, в данном случае – читателеведения, библиотековедения, информатики.

Чтение – одно из базовых понятий читателеведения, которое до сих пор не имеет единого определения, отражающего все аспекты такого разностороннего и своеобразного явления. По данным ресурса «Академик» [3], сегодня существует около 30 вариантов определения понятия «чтение», не считая специализированных словарей и энциклопедий, научных трудов, публикаций и пр. Оксфордский словарь в общем виде определяет чтение как «действие или умение читать письменные или печатные материалы молча (про себя) или вслух» [315]. В «Новейшем философском словаре» чтение представлено как одна из основных форм опосредованной коммуникации между создателями текста и читательской аудиторией посредством совокупности практик взаимодействия с печатными или рукописными текстами [132].

В данной трактовке текст представлен как знаковая система, опосредованная письмом, однако нами этот концепт рассматривается как явление культурологического порядка. Согласно суждениям Ю. М. Лотмана и М. М. Бахтина, текст как феномен культуры – это осмысленное речевое действие, способное и призванное «работать» (функционировать) вне времени и места его возникновения, а потому тщательно продуманное и выверенное его создателем [208]. То есть текст, согласно культурологическому подходу, понимается не только

как знаковая система, но как любой объект (материальный или нематериальный), рассматриваемый как носитель информации и смыслов. Однако в рамках данного исследования мы остановимся только на информационно-документальном аспекте текста как явления культуры.

Тем не менее следует упомянуть подход к трактовке чтения Н. А. Стефановской, которая рассматривает его как феномен духовной жизни, не сводимый ни к распознаванию каких-либо знаков и символов, ни к реализации социального заказа на обмен информацией, поэтому в ее понимании чтение не связано напрямую с письменностью, но, безусловно, включает ее как особый этап развития [198].

Соглашаясь с культурологической позицией М. Ю. Гудовой в том, что чтение можно рассматривать в трех аспектах: как деятельность, социальный институт и культурную практику [58], отметим, что в профессиональном сообществе представителей педагогики, психологии, библиотковедения, библиопсихологии, книговедения, социологии, филологии, герменевтики, лингвистики, истории, литературоведения, культурологии, журналистики и медицины установилась традиция трактовать чтение преимущественно как деятельность. В данном контексте нельзя игнорировать и технологическую точку зрения М. М. Самохиной, рассматривающей чтение как совокупность практик, методик и процедур работы с текстом [171].

В отечественной библиопсихологии (В. А. Бородина, К. И. Воробьева) чтение представлено как категория деятельности, являющейся одной из основополагающих при анализе взаимодействия и взаимоотношений в системе «автор – книга – читатель» и связанной, в основном, с удовлетворением потребностей человека посредством печатной продукции [34; 46]. Однако такая позиция охватывает только некоторые модификации чтения, но не чтение вообще. Поэтому, обращаясь к иным подходам, раскрывающим эту проблему в свете других наук, отметим психолого-педагогическую позицию (С. Л. Рубинштейн, А. Н. Леонтьев). В ее основе лежит представление о деятельности «как основании личности» [114; 168], а читательская деятельность имеет структуру, свойственную

любой другой деятельности: мотив, цель, контроль, оценка и анализ результатов. Современные педагоги в читательской деятельности видят определенное умение и желание вкладывать в чтение «труд души», размышлять над книгой еще до чтения через восприятие содержания, а также обдумывать прочитанное, когда книга уже закрыта [117].

Н. И. Жинкин, И. А. Зимняя, С. А. Леонов, А. А. Леонтьев и др. рассматривают чтение с точки зрения речевой деятельности [72; 113; 116; 155]. А. Ф. Закирова, следуя феноменолого-герменевтическому подходу, отмечает, что в процессе чтения происходит осмысление культуры, сопровождающееся качественным изменением сознания личности, а понимание управляется текстом как механизмом и явлением гуманитарной культуры [75].

О. Р. Тучина с психологических позиций разделяет читательскую деятельность на три составляющие: 1) практическую деятельность (подразумеваемая под этим взаимодействие с текстом), 2) теоретическую деятельность в виде мысленной переработки текста, 3) усвоение содержания и выбор стратегии, что в понимании исследователя представляется творчеством [204]. Не противоречит этому тезису философская позиция Н. Н. Светловской, которая рассматривает читательскую деятельность как самостоятельный и самоценный вид интеллектуально-эмоциональной деятельности, который имеет сложную структуру и состоит из трех основных этапов: «до чтения, в процессе чтения и после чтения» [172].

Филологический подход Е. Г. Медведевой раскрывает суть читательской деятельности как активных, целенаправленных связей между читателем и автором, читателем и героем, межчитательской коммуникации, «обусловленных потребностью в смыслопоисковой, смыслоориентировочной деятельности не только для интеллектуального развития, но и (даже особенно) для реализации личностных потребностей (осмысления себя, своих возможностей, самопонимания, самопостижения, самоопределения, самореализации, самопроявления)» [124]. Поэтому в качестве результата читательской деятельности автору видятся качественные изменения личности.

Согласно исследовательским задачам, *чтение* мы понимаем как феномен культуры, социокультурную практику, в основе которой лежит читательская деятельность, поэтому сосредоточим внимание именно на данном концепте. *Читательскую деятельность*, таким образом, в рамках данного исследования мы будем трактовать как осмысленный целенаправленный процесс коммуникации читательской аудитории с миром текстов, основанный на удовлетворении познавательных, коммуникативных, эстетических, гедонистических и иных потребностей посредством восприятия, понимания и переживания культурных значений и смыслов текста на уровне коммуникативных связей: «читатель – автор», «читатель – герой» (для произведений художественной литературы), «читатель – читатель». Основным звеном в указанных связях является читатель; его следует рассматривать не только в качестве субъекта коммуникативных отношений, но и как объект читателеведения, культурологического анализа, а главное – социокультурного воздействия с целью повышения его читательской активности.

Термин «активность» широко используется в различных сферах науки как самостоятельно, так и в качестве дополнительного в различных сочетаниях. Однако само понятие в научном плане освещено неполно и до сих пор нет общепринятого определения ни в общенаучных, ни в философских, ни в специальных психологических энциклопедиях и словарях.

В читателеведении проблема читательской активности является одной из важнейших в исследовании самого чтения. Наибольший интерес вызывают: читательские возможности и потребности, круг чтения, «качество» упомянутого процесса и т. д. Однако, несмотря на важность проблемы, общепринятого определения читательской активности пока нет, а в специальной литературе дается различное ее толкование. В трудах М. Д. Пушкаревой и М. А. Снежневской под читательской активностью подразумевается широкий круг чтения, способность самостоятельно высказывать свое мнение о произведении [158; 159]. В работах по социологии чтения, напротив, используют количественный подход к определению читательской активности, личных позиций. Однако, как отмечают С. И. Беленцов и О. Н. Малыхина, при существующем сегодня многообразии понятий

(«читательская активность», «коммуникативная компетентность», «коммуникативная компетенция», «читательская компетенция/компетентность», «читательское самосознание», «читательское самосознание», «читательская самостоятельность», «творческое чтение») определения к ним зачастую не даются или, что еще хуже, подменяются одно другим [25]. Поэтому труды, посвященные читательской активности как феномену, имеют теоретическую и практическую значимость. К ним относятся работы Е. И. Вершининой, Т. Г. Галактионовой, Г. Л. Ачкасовой, М. Н. Недвецкой, О. И. Колесниковой, И. Ю. Гэц [20; 41; 48; 99; 131]. В них читательская активность понимается как «целенаправленная, динамическая, творческая деятельность, имеющая граждански выраженный характер» [41].

За рубежом проблеме читательской активности также уделяют значительное внимание. Исследования в основном касаются школьников и студентов. Чаще всего публикации освещают психолингвистические характеристики чтения и анализ активности читателей [296; 331; 342], состояние читательской деятельности молодежи в образовательной сфере и влияние учебных программ на ее активность [269; 322; 326; 329; 353]. В данном контексте интерес представляет исследование К. Gallagher (К. Галлахер), которая вводит понятие «readicide» (состоит из двух слов: reading – чтение и suicide – самоубийство), обозначающее уничтожение читательской активности учащихся политикой учебных заведений [290; 291].

В последние годы по количеству публикаций лидирует тема внедрения новых информационных технологий в сферу чтения. Рассматривается применение инструментов Web 2.0 в образовательной среде, в частности при изучении иностранных языков, и их влияние на читательскую активность студентов; отдельные статьи касаются возможностей комиксов, влияющих на понимание прочитанного, а также работы с текстом на фазе постчтения («post-reading activities») [268; 275; 282; 294; 310; 321]. Широко освещена проблема разработки и внедрения стратегий чтения, влияющих на повышение активности молодых читателей, в том числе с применением информационных технологий и технических

средств [31; 62; 69; 153; 164; 174; 185; 248; 252–254; 258; 266; 289; 307; 316; 325; 337; 338].

Безусловно, проблема читательской активности актуальна в современных реалиях, о чем свидетельствует ее активное обсуждение на страницах профессиональной печати. На основе проанализированного материала мы пришли к выводу, что *читательскую активность* в рамках данного исследования будем трактовать как особый модус читательской деятельности, отличающийся интенсификацией своих основных критериев и показателей (целенаправленность, мотивы чтения, частота чтения, читательские интересы, эмоции и др.), а также наличием таких свойств, как инициативность и ситуативность. Думается, что читательская активность прямо влияет на читательский опыт молодых людей, который является авторитетным источником индивидуального знания и пропорционально зависит от количества и качества прочитанного. Поэтому основная цель применения социокультурных практик повышения читательской активности молодежи, на наш взгляд, должна заключаться в выработке/повышении читательской инициативности и направлении ситуативности в русло побуждающих к чтению задач, тем самым обращая ее в социокультурный стимул, в результате чего предполагаем создание определенных условий для повышения уровня читательской культуры и культуры чтения в целом.

В то же время необходимо отметить, что «читательская культура» и «культура чтения» – это часто употребляемые, но малоисследованные концепты в современной науке. Попытаемся разграничить эти понятия. В свое время изучением обозначенных явлений занимались библиотековеды, педагоги и социологи чтения. По мнению С. Е. Чушкиной, в работах Т. Г. Галактионовой, В. Н. Зборовской, Ю. П. Мелентьевой, С. Н. Плотникова, Н. В. Пономаревой, Н. А. Рубакина, Ю. Н. Столярова, С. А. Трубникова, О. С. Чубарьяна наблюдается тенденция отождествления терминов «читательская культура» и «культура чтения», однако сама автор склоняется к позиции разграничения, определяя читательскую культуру как более общее понятие, включающее культуру чтения на правах диалектического единства [231].

С точки зрения педагогики, проблема находит отражение в работах Л. А. Гаппоевой, Е. В. Откидач, Н. Н. Светловской, О. В. Чиндиловой, И. В. Шулер и др. В них читательская культура раскрывается в основном через категорию деятельности и определенные достижения учащихся в образовательном процессе, их практическое применение в дальнейшем процессе самообразования и саморазвития. Филологи (Л. Я. Гришин, И. С. Збаровский, Е. В. Карласонов, В. Г. Маранцман, Н. Я. Мещеряков, И. В. Осипов и др.), напротив, разрабатывали концепты «читательская культура» и «культура чтения» в русле книжной культуры, отчасти используя их как синонимы. Однако большее внимание они уделяли вопросам читательских интересов, деятельности и читательской компетентности. Последнюю, с опорой на трактовку Э. А. Орловой, можно обозначить как одну из частей общекультурной компетентности, которая предполагает совокупность знаний, умений и навыков, обеспечивающих читателю возможность без затруднений пользоваться преимуществами информационно-коммуникационной культуры, а именно эффективно выбирать, организовывать, анализировать, использовать имеющиеся в ее рамках информационные источники, релевантные решению различных классов задач, посредством коммуникации с миром текстов [141].

Не претендуя на исчерпывающий анализ, в рамках данного исследования мы будем различать вышерассмотренные концепты следующим образом: *читательская культура* диссертантом понимается как характеристика определенного уровня развития читательской деятельности, выраженная наличием определенных читательских компетенций: способность отбирать, читать и понимать текст; осознание выбора тематики чтения; ориентирование в источниках (библиотечные, интернет и др.); системность и последовательность чтения; умение ориентироваться в тексте с целью максимального усвоения и глубокого восприятия прочитанного; знания, сформированные на основе прочитанного; умение использовать и применять на практике полученную информацию и т. д. Кроме того, важным аспектом читательской культуры выступает активная позиция в коммуникативном поле: способность формировать, транслировать и отстаивать

оценочные суждения о текстах, потенциальная готовность к участию в деятельности, связанной с текстом, за пределами диады «книга – читатель».

В нашем понимании читательская культура является частью *культуры чтения*, которая представляется нам как особая сфера общей культуры, основанная на целенаправленном и активном обращении к фиксированным в письменнопечатной форме текстам, включающая их осмысленное восприятие и оценку. Таким образом, это, в первую очередь, деятельность по ориентации в текстовой среде и освоению избирательно определяемых произведений. Культура чтения обуславливается совокупностью действующих в социуме ценностей и норм, так или иначе выражающихся в текстах.

Система формирования культуры чтения достаточно сложна и многогранна, однако в контексте нашего исследования выделим наиболее значимые ее элементы: главным звеном выступает читательская аудитория, все социокультурные практики институтов инфраструктуры чтения тем или иным образом воздействуют на ее читательскую активность, оказывая определенное влияние на культуру чтения. Среди основных акторов этой деятельности:

- корпус авторов произведений, ориентирующихся на читательскую аудиторию при создании текстов;
- институт литературной критики, призванный посредством экспертной оценки удовлетворять ориентационным потребностям читательской аудитории;
- системы трансляции литературных текстов в читательскую среду (библиотеки, книготорговые организации, киноэкранизации, механизмы и каналы моды на чтение, в частности, интернет);
- социокультурные институты (государственные органы, формирующие культурную политику в сфере чтения, образовательные и культурно-просветительные учреждения, учреждения искусства);
- общественные организации и объединения, ставящие целью развитие читательской активности и пропаганду значимых литературных текстов.

Другими словами, эти институты могут быть обозначены как культурные посредники между текстом и читателем. Проанализировав посвященные

посредничеству исследования таких авторов, как С. И. Калашникова, М. С. Мережкина, А. М. Понасюк, Н. С. Шатихина и др. [90; 126; 151; 233], выделим общие характеристики посредничества как междисциплинарного феномена: везде, где существуют трудности во взаимодействии между субъектами, объектами, процессами, появляется некое связующее звено, выполняющее функцию помощника или промежуточного элемента, обеспечивающего или улучшающего возможность такого взаимодействия. Общей семой во всех определениях термина «посредничество», «посредник» является эффект соединения, связывания. В аспекте нашего исследования *культурное посредничество* происходит между читательской аудиторией и конкретными явлениями культуры чтения, будь то информационное сообщение, научный, научно-популярный текст или литературно-художественное произведение.

Таким образом, подходя к определению объекта нашего исследования, важно отметить, что описанная культурно-посредническая деятельность осуществляется с помощью различных социокультурных практик, воздействующих на читательскую активность индивида. Поэтому *социокультурные практики повышения читательской активности* мы будем трактовать как любую инициативу, творчески созидательную деятельность, проявляющуюся в поле культуры чтения, исходящую от того или иного культурного посредника, направленную на установление коммуникации между читательской аудиторией и миром текстов с целью интенсификации читательской деятельности и создания условий для повышения уровня читательской культуры и культуры чтения в целом.

1.2. Основные тенденции и социокультурные практики повышения читательской активности молодежи в историко-культурном контексте

Разнообразные социокультурные практики повышения читательской активности должны быть нацелены на формирование и/или повышение уровня читательской культуры и культуры чтения, особенно сегодня, когда реалии информационного общества привели к бурному, еще не вполне осмысленному

развитию интернет-технологий, появлению новых коммуникационных каналов и смене читательских приоритетов, особенно в молодежной среде.

Для того, чтобы понять, под влиянием каких факторов трансформировались социокультурные практики стимулирования читательской деятельности и повышения читательской активности молодежи с течением времени, на какой теоретической основе осуществлялась эта деятельность, какие явления определяли формы, методы названных практик, обратимся к историко-культурному контексту. Акцентируем внимание на то обстоятельство, что, как правило, попытки активного воздействия на чтение молодежи предварялись или сопровождалась активной исследовательской деятельностью.

Полемика между учеными в вопросе определения понятия «молодежь», принципов и критериев выделения ее в самостоятельную группу, установления возрастных границ, организации и изучения ее читательской деятельности актуализировалась в XIX в., хотя отдельные попытки предпринимались и ранее. Исследователи использовали разные подходы для изучения – с позиций философии, истории, социологии, психологии, педагогики, культурологии, физиологии, демографии, семиотики, политологии, экономики, лингвистики, опираясь на традиции классификации, сформировавшиеся в тех или иных научных школах.

В России того периода стали предприниматься первые попытки активного воздействия на читательскую деятельность молодых людей со стороны писателей, педагогов и библиотечного сообщества (Н. А. Корф, Х. Д. Алчевская, Л. Н. Толстой, С. А. Ан-ский и др.) [10]. Благодаря их усилиям для молодежи стала издаваться новая художественная литература, выпускались книги по географии, истории, сельскому хозяйству [110]. Главной целью библиотек стало привлечение молодого читателя и содействие его самообразованию. Для этого проводились рекомендации книг путем собеседований, громких чтений, списков самых лучших или самых читаемых книг; основной социокультурной практикой в библиотеках в это время были литературные беседы. Делалась попытка дифференцированной рекомендации книг с учетом степени их трудности [23].

Этот этап стал переломным в развитии культуры чтения молодежи, а формирование социокультурных практик повышения читательской деятельности молодых людей происходило в условиях острой идейной борьбы, смены приоритетов в общественной жизни, усиливающегося противостояния различных социальных сил. В то же время все это обусловило усиление исследовательской работы, изменение представлений о приоритетных группах молодых читателей, их месте и роли в книжном деле, хотя объектом отдельного читателеведческого исследования в этот период молодежь не стала.

За рубежом в это время уже активно проводились ювенологические исследования, что спровоцировало зарождение социологии молодежи как отдельной отрасли социологического знания [27]. Сами исследования можно объединить в три основных направления: проблема взаимоотношения поколений (К. Мангейм, К. Маркс, М. Мид, Х. Ортега-и-Гассет, Х. Шельский, Ф. Энгельс и др.); проблема молодежной субкультуры (Е. Томпсон, В. Тэрнер, Р. Уильямс, Р. Хоггарт, Ш. Эйзенштадт и др.) и проблема изменения ценностей (Ф. Трэшер, У. Уайт и др.) [120; 122; 142; 235; 281; 309; 344; 352]. Эти исследовательские усилия предопределили усиление исследовательского интереса в середине XX в. к вопросам читателеведения: сначала у педагогов, а затем и у библиотекарей, что, в свою очередь, способствовало формированию целой системы социокультурных практик повышения читательской активности молодежи за рубежом.

Постреволюционные события в России XX в. резко активизировали читательскую деятельность молодежи. Причиной этому стали всеобщая доступность образования, государственное регулирование книжного дела, регламентация книгоиздания и книгораспространения, а также идеология руководства чтением, которая предполагала стимулирование именно читательской деятельности, но не активности, подразумевающей проявление читательской инициативы. Для молодежи в этот период были организованы клубы и избы-читальни, в которых применялись такие социокультурные практики, как кружки самообразования, лекции, тематические научные вечера, вечера книги живых рецензий, экскурсии, громкие чтения книг с их последующим обсуждением,

литературные суды, устные журналы и пр. Молодые люди активно посещали общественные библиотеки, которые стали основными организаторами исследований в сфере чтения: изучались читательские интересы крестьян, молодых рабочих, красноармейцев и т. д. Стали применяться такие исследовательские методы, как систематическое наблюдение, анкетирование, учет читательских интересов по формулярам, анализ отзывов читателей о прочитанных книгах.

Выбор объекта исследования отвечал принципу классовости, отражал господствующие представления о «решающих слоях». Предельно отчетливо формулировались и цели исследования: способствовать вызреванию идеологического самосознания «нового человека», строителя коммунистической утопии, найти наиболее результативные пути влияния на этого человека с помощью книги и чтения посредством применения различных средств воздействия, которые тогда обозначались общим термином «руководство чтением». Изучать, чтобы руководить – вот кредо тех лет. В 1930-е гг. начали разрабатываться теоретические и методические основы изучения читателей, в том числе молодежи: вопросы психологии чтения и читателя, библиотечной психологии, а также вопросы эффективности применения тех или иных методов изучения читателей, что нашло отражение в трудах Д. А. Балики, С. А. Вальдгардта, А. Виленкина, А. А. Гайворовского, П. И. Гурова, А. А. Покровского, Я. М. Шафира и других исследователей [22; 190].

После исследовательского «затишья» 1940-х гг. уже в 1950-60-е гг. проблемы молодого поколения читателей вновь стали предметом активного изучения, что также отвечало интересам «руководства чтением». В крупных библиотеках начали появляться самостоятельные подразделения, специализирующиеся на социологии чтения, что привело в 1970-е гг. к централизации читателеведческих исследований под руководством крупнейших национальных библиотек и ведущих вузов страны. Чтение молодежи и его стимулирование рассматривали такие специалисты, как Л. И. Беляева, Н. А. Бодрова, Л. Б. Бурлакова, И. И. Ганицкая, Б. В. Дубин, Д. Лекаренко, В. Невский, И. П. Осипова, А. Т. Парфенов, С. М. Смирнова, М. Д. Смородинская, В. Д. Стельмах, М. Г. Ханин, И. А. Чернос и др. [96; 97; 189].

В эти годы произошел расцвет исследовательской деятельности в области чтения, причем молодежь как объект изучения занимала одну из ключевых позиций. Вместе с тем существовали и проблемы: отсутствовали анализ покупательского спроса, система выдвижения бестселлеров, то есть маркетинга не было как такового. По словам В. Я. Аскаровой для этого времени было характерным то, что в советский период «профессиональное сознание долго отвергало необходимость книжной рекламы; ей противопоставлялась пропаганда как более качественный и идеологически верный способ воздействия на читателя-покупателя» [9, с. 336]. В то же время в результате изменений в сфере общественного, профессионального сознания, а также на основании проведенных исследований стали внедряться новые социокультурные практики повышения читательской активности: начали создаваться условия для межчитательского общения молодежи, обмена литературой, о чем свидетельствуют появившиеся при книжных магазинах пункты и отделы книгообмена. Это говорит о том, что в то время уже допускалась возможность саморегуляции читательской деятельности, создавались зоны, свободные от идеологического диктата. Это было начало движения в сторону социокультурных практик, предполагающих субъект-субъектное взаимодействие с молодыми читателями. Приведенные факты позволяют утверждать, что 1950-80-е гг. в России – это период постепенного реформирования идеи руководства чтением массового читателя, который представлен всеми возрастными группами, включая молодежь; время высвобождения от практик субъект-объектного взаимодействия с молодыми читателями.

За рубежом в эти годы молодежь уже была в центре внимания многих специалистов в разных научных областях, что во многом определялось изменениями в общественной ситуации стран Европы (Великобритании, Германии, Испании, Финляндии, Франции Швеции и др.) и США. Проанализировав массив публикаций зарубежных исследователей 1950–80-х гг. в наукометрических системах Scopus, Web of Science, полнотекстовых базах данных Science Direct, Springer Link, EBSCO Host, Wiley, а также в электронных каталогах национальных

библиотек США, Великобритании, Германии, можно выделить основные исследовательские проблемы в области молодежной культуры: общесоциологические, непосредственно связанные с молодежью (проблемы образования, семьи, брака), либо направленные на исследование специфических проявлений в молодежной среде (особенности воспитания молодежи, эффективность его различных форм, средств и методов, развитие социальной и политической активности молодежи, ее роль и место в структурах власти и т. д.); специфические социальные проблемы (определение сущности молодежи как общественной группы, ее роли и места в воспроизводстве социума; установление критериев ее возрастных границ; изучение запросов, потребностей, интересов и способов деятельности молодого поколения; исследование специфики процесса социализации молодых людей, их социально-профессиональной ориентации и адаптации в коллективе, анализ социальных аспектов деятельности неформальных объединений и движений молодежи и др.) [255; 280; 283; 285; 301; 312; 332; 346; 348; 351].

Благодаря исследовательской активности в сфере «молодежной» тематики, с получением эмпирического материала об отдельных аспектах читательской деятельности названной группы, обострился интерес к проблемам культуры чтения молодежи. В поле общественных дискуссий вошли проблемы организации читательской деятельности данной категории, а также под влиянием инициатив библиотек и библиотечных ассоциаций, в том числе религиозных, предлагались различные пути поддержки и развития досугового чтения молодых людей [278; 343]. Безусловно, это требовало определенных данных о читательских привычках и интересах молодежи [251; 314; 330; 340]. В этот период велика роль и образовательных учреждений, которые понимали, что формирование гармонично развитой личности невозможно без чтения. Поэтому в качестве социокультурных практик повышения читательской активности молодежи помимо продвижения «обязательных списков литературы» стали внедрять различные стратегии и техники чтения, повышающие его качество [249; 259; 298; 299; 335].

В США продолжалась активная работа с отдельными категориями молодых читателей; в частности, исследовались проблемы чтения людей с ограниченными возможностями [261; 304; 313]. А на волне популярности проблемы формирования большого количества молодежных движений и сообществ, особенного девиантного характера, актуальным стало изучение позитивных возможностей чтения в рядах «неблагополучной» молодежи [256; 324; 327; 347; 350]. Вследствие развития данного направления в западных странах активизировалась деятельность по руководству чтением молодых людей [318–320; 323]; одной из эффективных социокультурных практик стала рекомендательная библиография для разных категорий молодежи, причем некоторые списки даже подвергались серьезной экспертной оценке [257; 263; 264; 270; 278; 286; 328; 356].

Таким образом, в обозначенный период во многих странах Запада и Востока наблюдались кризисные явления в сфере культуры чтения, а профессиональное сообщество и органы государственной власти осознавали всю важность читательской деятельности как обязательного условия культурной наполненности человека, важнейшего ресурса его социализации и личностного развития. Вследствие этого стали применяться социокультурные практики повышения читательской активности молодежи, которые наибольшее развитие получили в сфере образования; это были лекции, семинарские и практические занятия с применением выработанных стратегий и техник читательской деятельности, распространение обязательных и рекомендательных библиографических списков для чтения. Особое внимание уделялось молодым людям, принадлежащим к субкультурным, девиантным или маломобильным группам общества.

Развитие идеологии общества потребления в конце XX–XXI вв. в совокупности с радикальным изменением коммуникационного поведения в условиях развития информационных технологий побуждало искать наиболее результативные пути преодоления кризисных явлений, наблюдаемых в культуре чтения, которые практически повсеместно стали приметой сегодняшнего времени. Подобное смещение исследовательских аспектов и практической деятельности по стимулированию читательской активности молодежи безусловно повлияло на

российское профессиональное сообщество, которое, опираясь на передовой опыт стран Запада и Европы (США, Германии, Франции, Великобритании, Швеции, Финляндии и др.), с конца 1990-х гг. активно включается в поиск новых социокультурных практик и подходов в работе с молодежью. Это было время возникновения потребности в осмыслении происходящих перемен в социальной жизни страны, формулировании новой повестки государственной молодежной политики, переосмыслении роли чтения в формировании человеческого капитала страны [128].

В результате в конце XX – начале XXI вв. наметились определенные тенденции и наиболее результативные социокультурные практики повышения читательской активности молодежи. Основными из них являются: поддержка и развитие чтения со стороны государственных, общественных и специализированных институций (библиотек, книготорговых и издательских организаций, учреждений образования, центров чтения и др.) на уровне законодательных и общественных инициатив, культурно-досуговых, просветительских акций и мероприятий национального и регионального уровней, будь то праздники чтения, книжные ярмарки, читательские коллоквиумы и встречи с писателями, квесты, рекламные кампании по продвижению книг и чтения, усилия авторского корпуса и активной части читательского сообщества в интернет-пространстве и многое другое.

Рассмотрим указанные тенденции и социокультурные практики повышения читательской активности молодежи более подробно в современных информационно-коммуникативных реалиях, предварив их основными результатами научно-исследовательского опыта специалистов в сфере культуры чтения. На сегодняшний день в печатных изданиях и интернете накоплено достаточно много разнообразной информации о состоянии читательской культуры молодежи и культуры чтения вообще; ее источниками являются исследования самого различного уровня и масштаба, ведущиеся как профессиональными социологами и культурологами, так и теми, для кого такой интерес является дополнительным к основной профессиональной деятельности.

На неблагоприятие современной картины чтения в молодежной среде указывают международные и национальные исследования, которые проводятся независимыми компаниями, ассоциациями и исследовательскими центрами (Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР); Фонд Азия-Аналитика; Евробарометр (Евросоюз); Allensbach (Германия); Publishing Technology (Великобритания); Digital Book World, Nielsen Books & Consumers (США); Фонд Общественного Мнения, Левада-центр, ВЦИОМ, Русская ассоциация чтения (Россия) и крупнейшими национальными библиотеками и ведущими университетами России, США, стран Европы и Азии. В их публикациях осмысливается новая ситуация в чтении, дается ее сравнение с прошлым, а роль чтения рассматривается как индикатор глубинных социокультурных процессов [49; 68; 88; 136; 156; 171; 236].

С чтением связаны также многие исследовательские проекты, которые инициируют региональные вузы (в частности, вузы культуры). Один из значимых проектов подобного рода – исследование «Читающий подросток в фокусе разнообразных представлений» (2005), результаты которого отражены в публикациях В. Я. Аскаровой и Н. К. Сафоновой [15; 17–19]. В сотрудничестве с библиотеками и на их базе велись оригинальные исследования Н. А. Стефановской. Молодые читатели изучались в рамках исследований «Чтение как духовная ценность» (2004), «Статусные особенности чтения в современной провинции» (2004–2005), «Чтение в системе ценностей молодежи Тамбова» (2006), «Чтение в жизни современного человека» (2006), «Читатель XXI века: перекресток мнений» (2007), «Представления студентов о чтении» (2007), «Мониторинг чтения сельского населения Липецкой области» (2007). Внимание исследователя было направлено на сегодняшние функции и модели чтения; на факторы, определяющие формирование этих моделей в разных социокультурных группах; на то, как библиотеки реагируют на формируемые модели и с какой вероятностью могут сами на них повлиять [197].

Основное число исследований чтения ведется все же в библиотеках (при этом объектом таких исследований чаще всего становятся именно дети, подростки и

молодежь). Предмет особого внимания – роль книги (точнее – печатных текстов) среди других источников информации; роль чтения в различных сферах жизни (особенно в сфере образования и в сфере досуга). Исследования библиотек по тематике чтения и обслуживания читателей (именуемых в два последних десятилетия *пользователями*) все эти годы пытаются отслеживать специалисты Российской национальной библиотеки. Сектор социологических исследований РГБМ (ранее социологический отдел, потом Исследовательский центр «Библиотека. Чтение. Интернет» РГЮБ) рассматривает чтение молодежи как одну из важнейших своих тем. В последнее время особое внимание сотрудников библиотеки было направлено на чтение и читательское общение молодежи в сетевом пространстве [171]. Полученные данные представлены в статьях Л. В. Глуховой, О. С. Либовой, М. М. Самохиной, А. С. Степановой, В. В. Ялышевой и др.

Самыми яркими за последние годы являются социологические исследования, посвященные печатным, аудио- и электронным книгам. Так, по данным социологического сервиса Еврокомиссии – Евробарометра – уже 27% респондентов совершают покупки е-книг в интернете. Из них больше всего – свыше 50% – в Швеции и Дании, около 30% в Великобритании и Франции и 44% опрошенных в Германии [177].

Не менее интересна тенденция роста популярности аудиокниг в США, продажи которых, как сообщает газета «The New York Times», только за первые 8 месяцев 2014 г. выросли на 28%, тогда как электронные книги только на 6% [180]. Это подчеркивает и Nielsen Books & Consumers, утверждающее, что электронные книги потеряли свои позиции в сегменте литературы для молодежи [181]. Возможно, это связано с негативными свойствами подсветки электронных устройств для чтения, которые, согласно данным исследования в американском журнале «Proceedings of the National Academy of Sciences» влияют на человеческий сон [287], либо с выводами норвежских ученых из Ставангерского Университета о том, что электронные тексты хуже запоминаются, а электронные устройства снижают «глубину отслеживания процесса чтения» [179].

Проводя параллель с печатной литературой, агентство Nielsen также представило рейтинг факторов, которые влияют на активность молодых читателей при покупке печатных книг. В первую очередь, это положительная оценка книг автора среди сверстников, а также предварительный просмотр изданий в библиотеках и книжных магазинах [277]. Однако, по мнению бельгийских ученых, чтение печатных книг, в частности в библиотеках, крайне небезопасно, так как в них, по результатам исследований, обнаружены следы опасных микробов и бактерий. Примечательно, что наибольшее их количество найдено в литературе эротического содержания, особенно в копиях популярного романа «Пятьдесят оттенков серого» [297].

Отчасти можно согласиться с доводами сторон в конфронтации между сторонниками традиционного и электронного чтения, однако каждый читатель выбирает для себя то, что соответствует его нуждам и потребностям. А пока технологический прогресс не стоит на месте, молодежь, которая наиболее подвержена этому явлению, будет максимально использовать технические новинки, представленные на рынке электронных устройств для чтения, не забывая при этом о печатных изданиях.

В данном ключе очень важную роль играют социокультурные практики чтения [86], которые, по М. Ю. Гудовой, характеризуют современное чтение посредством определенных технологий воспроизводства текста и, соответственно, разновидностей производства, хранения и распространения текстов [58; 59].

Согласно коммуникативному подходу, данные практики чтения образуют следующие его разновидности (по М. Ю. Гудовой), представленные в Таблице 1.

Таблица 1. Разновидности современного чтения

Вид чтения	Определение	Практики чтения
Бумажное	деятельный процесс письменной коммуникации посредством восприятия текста, представленного на бумажном носителе информации	чтение-листание чтение-комментирование чтение-разглядывание чтение-прикосновение чтение-ощупывание

Вид чтения	Определение	Практики чтения
Электронное	деятельный процесс письменно-речевой коммуникации посредством текста, представленного на электронном носителе информации и воспроизводимого с помощью специального программного обеспечения	чтение-листание чтение-комментирование чтение-разглядывание чтение-прикосновение чтение-ощупывание чтение-прокручивание
Аудиальное	деятельный процесс речевой коммуникации посредством текста, представленного на бумажном или электронном носителе информации и воспроизводимого с помощью человеческого голоса и/или специальных звуковых программно-технических средств	чтение-комментирование чтение-прослушивание чтение-озвучивание

Таким образом, социокультурные практики повышения читательской активности чтения сегодня отличаются большим разнообразием и влияют на развитие современных читательских сообществ, а существующие информационно-коммуникационные технологии позволяют эффективно стимулировать чтение в молодежной среде. Важную часть социологического и культурологического анализа составляют проблемы читательской активности молодых людей, их взаимодействия с библиотечными институтами. Так, Совет по Музеям, Библиотекам и Архивам (MLA, Великобритания) в 2010 г. опубликовал данные онлайн-исследования, проведенного с помощью коллектива сайта Shared Intelligence (SI). Опрос показал, что 76% пользователей посещают библиотеку из-за любви к чтению, 44% приходят туда, чтобы учиться, 17% для поиска локальной информации и еще 14% пользователей приводят в библиотеку своих детей.

Представленные данные тесно связаны с экономической ситуацией в мире в этот период – разразился финансовый кризис (2010), который приостановил развитие библиотечной отрасли в целом. Именно в Великобритании из-за сокращения бюджетного финансирования публичных библиотек часть из них оказались закрытыми, кое-где были сокращены библиотечные работники и заменены волонтерами из местных сообществ. Поэтому для сохранения своих читателей, популяризации книги и чтения среди населения, в частности молодежи,

библиотечное сообщество было вынуждено искать новые революционные формы обслуживания населения, тем самым слегка пополняя свою казну.

В сфере исследовательской деятельности из государственных институтов можно выделить Национальный фонд искусств США, который в конце сентября 2013 г. провел исследование «Как вовлечь нацию в искусство» («How a Nation Engages With Art»). Отдельная глава в документе посвящена тому, что и как часто читают американцы: 54,5% опрошенных в 2012 г. прочитали хотя бы одну книгу, не связанную с работой и учебой – этот показатель не изменился с 2002 г. Однако в структуре чтения произошли заметные изменения. С одной стороны, из литературных жанров наиболее пострадала поэзия: лишь 6,7% участников опроса признали, что прочитали в прошлом году сборник поэзии (в 2002 г. их было более 12,1%). С другой стороны, несколько вырос процент тех респондентов, кто читает в возрасте от 18 до 24 лет (51,8%) [178].

Не так широко в прессе представлены данные о состоянии чтения и поддержке читательской активности молодежи в странах Восточной Азии, однако ключевые моменты мы попытаемся раскрыть. Так, в Китае, в котором представлена самая большая продукция книг в мире, согласно журналу «China Economic Review», за последнее десятилетие заметно снизился интерес людей к книгам и чтению. Это подтверждают данные обзора Академии Прессы и Публикации, согласно которым китайцы читают 4,39 книги на человека в год, тогда как в Америке 7 книг, Франции и Японии – 8,4 книг, а южнокорейские жители – 11. По затратам времени чтение в жизни китайца занимает не более 15 минут в день против 100 минут просмотра телепередач и 45 минут использования интернета. Данную тенденцию можно отчасти объяснить цензурой правительства, которая способствовала наплыву китайских читателей на сетевые литературные ресурсы, принимающие в общей сложности 12,2 млн посетителей в день. Эти сайты располагают разнообразием жанров: от романов и «ужастиков» до научной фантастики и фэнтези [292].

Негативно выглядят и данные исследования британской общественной организации National Literacy Trust (NLT – независимой благотворительной

организации, занимающейся проблемами грамотности): каждый седьмой подросток в Великобритании никогда в своей жизни не бывал в книжном магазине, а еще 7% заявили, что не помнят такого факта или не уверены в этом. Кроме того, исследование выявило еще несколько любопытных данных: почти треть из опрошенных подростков (32,9%) сообщили, что никогда не видели своих отцов за чтением книги, а 46% респондентов признались, что не обсуждают прочитанные ими книги с семьей. Более того, 12% участников опроса заявили, что никогда не получали книги в подарок [53].

Таким образом, можно констатировать, что основной тенденцией последних лет большая часть исследователей считает утрату чтением его исключительной роли в жизни общества, потерю статуса престижного занятия. Последствием этих изменений стало распространение среди населения функциональной неграмотности, которую нельзя отождествлять с традиционным представлением о неграмотности. По определению ЮНЕСКО этот термин применим к любому лицу, в значительной мере утратившему навыки чтения и письма и не способному к восприятию короткого и несложного текста, имеющего отношение к повседневной жизни [108, с. 17].

Специалисты разных стран интерпретируют это явление по-своему и делают акценты на различных его сторонах. В связи с этим данная проблема выражается различными терминами: «функциональная неграмотность», «вторичная неграмотность», «полуграмотные», «не владеющие словарем, с плохой лексикой» и др. [71; 162]. В США в последние годы широко используются связанные с этой проблемой термины «семейная грамотность» и «группа риска». Но под «опасностью» и «риском» здесь подразумевается совсем не то, что обычно имеется в виду, так как этот «риск» связан именно с низким уровнем образования, другими словами, с функциональной неграмотностью. Этот термин укоренился в США после доклада «A Nation at Risk» («Нация в опасности») [230; 250].

Еще большую опасность представляет нежелание повышать свою грамотность, часто сопровождающееся осмысленным отказом от чтения. Такое явление определяют, как «пассивную неграмотность» (в сфере чтения – «пассивное

чтение»), и в большинстве случаев ему подвержены молодые люди, многие из которых не обладают целым рядом интеллектуальных навыков. Они относятся к чтению, как к тяжелому труду, скучному, мрачному и унылому, поскольку испытывают недостаток слов и выражений.

Исходя из изложенного, важно не только не допустить распространения пассивной неграмотности, а, напротив стимулировать читательскую активность, которая является одним из обязательных условий поддержания функциональной грамотности и высокого интеллектуального тонуса, развития культуры чтения как важнейшей составляющей общей культуры. Поэтому чем больше внимания к молодежным проблемам, читательской культуре и культуре чтения молодежи, стремления понять ее сущность, ценности будет со стороны исследователей, официальной культуры, государства, тем большую социальную и культурную значимость будет приобретать работа по стимулированию читательской активности названной группы.

Однако текущее развитие обозначенной проблемной ситуации требует внесения определенных корректив в исследовательскую деятельность. Они должны быть направлены на то, чтобы максимально учитывать влияние на читательскую деятельность интернет-технологий, всей системы коммуникационных средств и изучать различные социально-психологические механизмы коммуникативного взаимодействия (включаящей общение, моду и пр.), оказывающие влияние на чтение молодежи. Не менее важно развивать и поддерживать читательскую активность молодежи на высоком уровне посредством определенных социокультурных стимулов и практик.

Поэтому, говоря о современных социокультурных практиках повышения читательской активности молодежи, нельзя не отметить их видовое и целевое разнообразие, выраженное в деятельности специализированных государственных структур, библиотек, издательств и книготорговых сетей, а также общественных организаций и отдельных лиц. Отметим, что в наши дни партнерское взаимодействие различных институтов книжного дела, образовательных учреждений, общественности, программно-проектная деятельность на основе

социального соучастия стали ведущей тенденцией системы работы по поддержке и развитию чтения.

Как правило, наибольшие успехи в развитии чтения достигаются в странах, где существует система государственной поддержки книжного и библиотечного дела, книгоиздания и книгораспространения, читателеведческих исследований, а также программ и проектов, нацеленных на стимулирование читательской активности молодежи. Обязательным условием этой деятельности является законодательное и нормативное регулирование. Вместе с тем в каждой отдельной стране существует своя специфика этой деятельности, которая в наибольшей степени соответствует национальным особенностям, ментальности, интересам конкретного общества и государства.

Важно отметить, что во многих западных странах, а в последние годы и в России, структура государственной поддержки социокультурных практик повышения читательской активности достаточно похожа. Во-первых, есть институции, ведающие вопросами культуры, образования и массовых коммуникаций, которые являются координаторами национальной политики в области поддержки и развития чтения. Во-вторых, существует специальный государственный исполнительный орган, оказывающий непосредственное влияние на процессы в сфере чтения. В роли такого структурного подразделения выступают: Управление по делам книги и чтения во Франции, действующее с учетом всего «пути книги» – от момента создания автором до предложения ее читателям; Немецкий фонд чтения, который находится под покровительством президента страны и проводит целенаправленную политику в области поддержки чтения [98]; Агентство по чтению и Совет по Музеям, Библиотекам и Архивам Великобритании, изучающее и использующее новые подходы по привлечению молодежи к чтению совместно с национальными библиотеками [144]. В России таким органом является Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям.

Несколько иначе национальная политика в области чтения осуществляется в США, где полномочиями правительственного агентства наделен Центр Книги,

который является частью Библиотеки конгресса. Центр осуществляет поддержку исследований в области истории книги, чтения и библиотек, регулярно организует встречи с писателями, выставки, мероприятия, сотрудничает со СМИ для продвижения книг и чтения [105].

Не так широко в прессе представлены данные о поддержке, в том числе и государственной, чтения молодежи в странах Восточной Азии, однако ключевые моменты мы попытаемся раскрыть. В КНР после реформы Государственного совета в 2013 г. было образовано Главное государственное управление по делам прессы, печати, радиовещания, кинематографии и телевидения. Ведомство непосредственно подчинено Госсовету и ответственно за деятельность, в том числе в сфере информации, печати и авторского права, посредством разработки проектов законов и положений, изучения и выработки политического курса в этой области [21]. В отличие от Китая, Япония не имеет специализированного государственного органа, отвечающего за поддержку и продвижение чтения. Тем не менее, Верхняя и Нижняя палаты японского парламента совместно с Министерством образования, культуры, спорта, науки и технологии активно способствуют развитию социокультурных практик повышения читательской активности, особенно в молодежной среде. Поэтому с уверенностью можно утверждать, что Япония лидирует по количеству утвержденных законов, нормативных актов и проектов среди всех стран Восточной Азии [229].

Вместе с тем в каждой отдельной стране существуют свои специфические формы продвижения чтения, которые соответствуют национальным интересам конкретного общества и государства. Безусловно, лидерами в данном вопросе остаются библиотеки, хотя нельзя недооценивать роль общественных, образовательных организаций, книгоиздательских и книготорговых сетей.

Акцентируем внимание на примерах инновационной деятельности библиотечного сообщества, которое за последние годы сделало прорыв в данном направлении. В частности, представляются значимыми концепции библиотеки как «третьего места» и «библиотеки вне стен». Первая основана на антропологическом подходе Р. Ольденбурга, который считал третье место территорией социализации

и коммуникации и выделял среди них кафе, кофейни, бары, таверны, салоны красоты, книжные магазины, бильярдные, почтовые отделения, аптеки и прочие места «тусовок» [137]. Библиотеки в данном случае не исключение, и в рамках концепции они используются как общественные пространства для времяпрепровождения (досуга, деловых встреч, отдыха с семьей и друзьями и пр.) благодаря новым неспецифическим услугам, которые все чаще можно получить в этих социокультурных институтах. Так, в Шотландии в рамках отдельных мероприятий публичные библиотеки проводят мастер-классы танцев на пилоне (шестовая акробатика, разновидность фитнеса) и турниры по книжному настольному теннису, участники которого вместо ракеток используют книги [246]. В Англии жители Виндзора и Мейденхеда имеют возможность обратиться в библиотечный полицейский пункт, где могут заявить о потерянных вещах или ознакомиться с законодательством. А публичные библиотеки в городе Хиллингтон по решению местной администрации были оснащены кофейными автоматами «Starbucks», чтобы привлечь молодежь. В России также, по образцу западных стран, в библиотеках устанавливают автоматы с едой и напитками, организуют тренажерные залы, проводят занятия по йоге и настольному теннису, а также предлагают консультации психолога. Большую роль в создании и продвижении таких услуг играет Российская государственная библиотека для молодежи.

«Библиотека вне стен», то есть идущая навстречу читателю – еще одна популярная тенденция сегодня. При этом библиотечные специалисты стараются максимально использовать открытое городское пространство (улицы, парки, скверы, пляжи) для охвата большего количества категорий потенциальных читателей, особенно молодежи. Примером может служить инновационный проект французского архитектора М. Кэссет, в рамках которого была организована временная библиотека в виде шатра на пляже Марселя (Bibliothèque de Plage) [334]. Подобные «пляжные» проекты успешно внедрены в Сиднее (Австралия) [345], Огайо (США) [260] и Абу-Даби (ОАЭ) [106].

В США многие публичные библиотеки организовали для пользователей, приезжающих на собственных автомобилях, подъездные окна (drive-up window),

через которые можно получить или вернуть книги, журналы, аудио и видео материалы, а также оформить читательский билет, при этом не заходя в здание библиотеки [305]. А публичная библиотека Winter Park в штате Флорида организовала и запустила новый сервис – выдачу велосипедов, помимо которых можно взять напрокат замки, шлемы и устанавливаемые на байк корзины [244].

Еще одной формой в рамках рассматриваемой концепции являются POP-UP библиотеки – передвижные библиотеки или библиобусы. Они успешно используются в США, большинстве Европейских стран и России, представляя собой мобильные библиотечные центры с обновляемым книжным фондом, доступом к сети интернет и различным специализированным базам данных, оснащенные современным аудио- и видеооборудованием для проведения образовательных и культурно-массовых мероприятий. В приоритете обслуживания таких комплексов жители отдаленных от библиотек районов, а также представители подрастающего поколения, которые по тем или иным причинам не хотят посещать стационарные библиотеки, либо в силу разных обстоятельств лишены возможности получать образование в школах [306; 339].

Иначе «библиотеки вне стен» представлены в странах Восточной Азии (Китай, Япония), где повсеместно создаются и успешно реализуются технологически сложные проекты. Так, огромную популярность набирают библиотеки самообслуживания, которые выглядят как большие автоматические киоски с книгами. Данный сервис, что примечательно, работает круглосуточно, и любой желающий может взять домой книгу с помощью специальной ID-карты. Все данные о загруженности, неисправностях, необходимости пополнить фонд передаются с помощью датчиков и камер наблюдения в технологические службы библиотек [355].

Еще одной тенденцией, получившей масштабную реализацию в России, является международная сетевая акция «Библионочь», которая объединяет библиотеки, книжные магазины, арт-пространства, музеи, галереи и клубы по всей стране, открывающие свои двери для посетителей сверх обычного времени работы с целью пропаганды чтения среди населения, особенно молодежи. Во время

проведения «Библионочи» читатели могут познакомиться с известными писателями, поэтами, критиками, публицистами и издателями, попасть на экскурсии в обычно закрытые фонды библиотек, принять участие в литературных квестах, конкурсах, викторинах, книжных ярмарках и других мероприятиях.

Исключительно значимой тенденцией нынешнего времени является использование библиотеками информационных технологий, направленных, в первую очередь, на привлечение молодежи в книжное и библиотечное пространства. Доступ в интернет, Wi-Fi, сайты с интерактивными площадками, стимулирующие межчитательское общение, библиотечные блоги, действующие в режиме рекомендательного сервиса, бесплатные полнотекстовые ресурсы, взаимодействие с пользователями через социальные сети уже не являются чем-то новым и оригинальным; функционал и потенциал этих ресурсов огромен при грамотно организованном использовании и продвижении. Наиболее креативным в данном контексте представляется инновационное цифровое обучающее пространство для молодежи «YOUmedia», созданное в Публичной библиотеке Чикаго. Целью данного проекта является соединение и объединение в одном динамическом пространстве молодежи, наставников, медийных ресурсов, книг и различных городских институтов для совместного творчества. Работая индивидуально или в команде, студенты и школьники имеют возможность участвовать в различных проектах, что развивает критическое мышление, креативность и навыки [231]. Не исключение и Публичная библиотека Lester (Иллинойс, США), предлагающая новый онлайн-продукт Zinio, позволяющий пользователям бесплатно скачивать на свои смартфоны, планшеты, персональные компьютеры текущие выпуски журналов, находясь при этом дома [272]. Но, пожалуй, апофеозом «технологического бума» следует считать новую Публичную библиотеку в Техасе (BiblioTech), которая не имеет физических книг и состоит более чем из 10 тысяч электронных изданий. Их можно получить, не приходя в библиотеку, поскольку ее коллекция материалов доступна в «облачном» сервисе. Само здание библиотеки имеет яркий дизайн и часто используется в качестве пространства для различных муниципальных мероприятий [317].

Авангардные позиции в данной сфере занимает Российская государственная библиотека для молодежи, которая курирует несколько блогов, в частности «Библиотеки и молодежь: зарубежный опыт», «Планета е-книг». Также на ее базе создан Центр комиксов и визуальной культуры, продвижение которого активно происходит через сайт библиотеки и группы в социальных сетях.

В России популярной формой продвижения чтения, получившей отклик и развитие, является также инновационный сервис «Мобильная Библиотека», позволяющий бесплатно скачивать классическую литературу на мобильные устройства со специальных стендов, оснащенных QR-кодами [184]. Аналогичная технология применяется в рамках проекта «Книги в открытках» [54] и в Московском метрополитене [157].

Тем самым можно говорить о мультипликативной интеграции различных институтов инфраструктуры чтения, особенно библиотек, в единое социокультурное пространство как о их реакции на изменения коммуникативной среды. Вследствие этого сегодня идет интенсивный поиск наиболее адекватных сложившейся реальности социокультурных практик повышения читательской активности (приемов, методов, технологий) как важнейшего инструмента социализации и личностного развития, катализатора формирования и/или развития читательской культуры и культуры чтения молодежи. Все активнее в этом процессе используются интернет-технологии. Основные результаты исследований в сфере чтения молодежи наталкивают на мысль о необходимости включения в систему стимулирования чтения, повышения его культуры универсального феномена массовой культуры – моды. В данном случае важно рассмотреть, какое влияние она может оказать на читательскую активность молодежи, с помощью каких социально-психологических механизмов и коммуникативных каналов можно стимулировать читательскую деятельность молодых людей. В системе соответствующих социокультурных практик необходимо учитывать неоднородность молодежного читающего сообщества, ее разобщенность по самым различным основаниям. В частности, представляется значимым выявить

особенности и отличия читательской деятельности в молодежных субкультурах и интерпретативных сообществах. Об этом речь пойдет в следующей главе.

ГЛАВА II. МОДА КАК АГЕНТ КУЛЬТУРНОГО ВЛИЯНИЯ В СИСТЕМЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРАКТИК ПОВЫШЕНИЯ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ

2.1. Мода и ее производные в культуре чтения

На протяжении столетий разные ученые и исследователи пытались раскрыть сущность и динамику *моды*, вывести закономерности поведения людей, находящихся в сфере ее влияния. В ситуации, когда интерес к традиционной печатной книге заметно снизился, а чтение перестало считаться безусловной ценностью, изучение феномена моды, который может исполнить роль важнейшего стимула чтения, приобретает особую актуальность.

Традиционно историю возникновения понятия моды как универсального социально-культурного феномена ученые относят к эпохе Ренессанса. В свою очередь, термин «мода» (французское «mode») происходит от латинского «modus» – мера, правило, предписание, способ, образ. Переходный период от средневековой культуры к культуре нового времени обеспечивал возникновение зачатков моды – явления, сопровождавшего разрушение феодально-религиозных представлений и зарождение буржуазного общества [1].

В русский язык слово «мода» пришло в XVIII в., в эпоху Петра, и означало «образец», «манер». Процесс этот был неслучайным и связан с петровскими реформами, которые, помимо прочего, привели к кардинальным изменениям визуального облика всей страны. На протяжении всего столетия мода продолжает распространяться среди русскоязычного населения наряду со смежным понятием вкуса, причем на тот момент ключевое различие между ними не осознавалось.

Начиная с этого времени, проблема получает широкое философское осмысление в трудах Г. В. Ф. Гегеля, И. Канта, А. Смита, И. Г. Фихте, Э. Шефтсбери и др. Философы отмечали глубокое проникновение моды в повседневную жизнь человека, охватывающее многие сферы бытия [186, с. 187], при этом указывая на ее непостоянство и придавая моде статус игры [91, с. 489.].

В широком социальном масштабе мода возникает в европейском обществе в XIX в., стремительно формируясь как явление культуры и совершенствуясь как товар. Поэтому на передний план выдвигаются позиции социологов и экономистов, среди которых В. Зомбарт, рассматривавший моду как феномен социально-экономического порядка, который появился вследствие смены общественной формации на капиталистическую [79, с. 27]. Г. Тард считал моду основным видом подражания. Следуя моде или выступая против нее, индивид либо уподобляется ей, отождествляя себя с какой-либо социальной группой, при этом получая для себя новый статус, либо обособляется от нее [200, с. 129]. Т. Веблен, говоря о функционировании моды, выделил наиболее значимые ее составляющие, коими являлись престиж, демонстративность и «показное поведение» [40, с. 188]. Г. Зиммель, напротив, выделяет в моде и подражание, и индивидуализацию; при успешном сочетании обоих компонентов удовлетворяется потребность индивида выделиться в обществе [77, с. 268].

В русской культуре XIX в. произошел раскол на сторонников и критиков моды в области литературы и чтения, причем последних оказалось больше, что привело к появлению негативно окрашенных характеристик данного феномена, в основном со стороны писателей того времени. В частности, К. С. Аксаков, интерпретируя значение моды для русской словесности, писал о том, что она становится индикатором литературного творчества, определяя рейтинг читаемости того или иного автора, что, безусловно, приводит к появлению критериев оценки художественного произведения. Поэтому мода, с его точки зрения, становится причиной упадка литературы [55].

В произведениях Ф. М. Достоевского мода также трактуется как негативное явление, которое способствует появлению социального дисбаланса в обществе и деградации нравов человека. При этом писатель от лица своего героя подчеркивает, что «... мода действительно в свете царица не малая» [65, с. 304].

В романе «Евгений Онегин» А. С. Пушкин сравнивает моду с социальным недугом, болезнью современного автору общества, которая требует от людей

соответствия определенным образцам в одежде, манере поведения, общения и пр. («Лихая мода, наш тиран, // Недуг новейших россиян») [160, с. 71].

Л. Н. Толстой, критикуя культуру своего времени за невнимание человека к его морально-нравственным и физическим особенностям, в том числе упоминает моду как явление, противоестественное человеческой сущности. Мода – это продукт, предназначенный исключительно для высших слоев общества, которые живут в материальном достатке за счет простого народа. Соответственно, желание погрузиться в атмосферу моды понималось писателем как стремление провести черту, дистанцироваться от народа, трудовой жизни, истинного существа человека [202].

И только в XX в. под влиянием отдельных социально-культурных трансформаций и на фоне изменения уклада общественной жизни мода начинает трактоваться как культурный феномен, позитивный элемент социальной структуры, влияющий на стандарты поведения и образ жизни людей с помощью различных культурных областей: литературы, искусства, музыки, живописи и др.

Исследования ученых о феномене развития моды в сфере культуры XX в. представляют собой значительный пласт теоретической и практической научной базы. По мнению С. А. Вангородской, «... наиболее глубоко и многосторонне исследованными на сегодняшний день являются вопросы социального происхождения феномена моды, а также проблемы рассмотрения структуры и функций моды, нашедшие отражение в работах классиков» [36, с. 5] мировой и отечественной философии, психологии, социологии и антропологии (Е. Я. Басин, Г. Блумер, А. Б. Гофман, Л. Н. Жилина, А. А. Зиновьев, И. С. Кон, В. М. Краснов, Ю. М. Лотман, Б. Д. Парыгин, Л. В. Петров, Б. Ф. Поршнев, Э. Сепир и др.).

В контексте массовой культуры, где мода является одним из ключевых элементов, особый интерес вызывают исследования В. Беньямина, Ж. Бодрийера, П. Голдинга, Г. Мердока, Н. Постмана, А. Тойнби, У. Эко и др. Вопросы, посвященные отдельным явлениям массовой культуры в контексте модной коммуникации, отражены в трудах П. Бурдье, П. С. Гуревича, С. Жижека, Л. Г. Ионина, Г. Р. Миллса, В. П. Римского, А. В. Толстых, Э. Фромма и др.

Таким образом, сегодня существует большое количество трактовок моды, многие из которых являются противоречивыми, либо неполными, что объясняется постоянно происходящими изменениями в обществе и состоянием социогуманитарного знания. Однако современные исследователи единогласно признают факт тотального охвата модой различных сфер социального бытия, культуры и поведения человека. В соответствии с позицией А. Б. Гофмана [52], моду в данном исследовании мы будем трактовать как социально-культурный феномен, искусственно созданный и контролируемый людьми, характеризующийся основными качествами (непрочностью и быстропроходящей популярностью), свойствами (циклическостью, подражательностью, массовостью) и ценностями (современностью, стандартизованностью, демонстративностью и игрой), функционирующий посредством массовой коммуникации через социально-психологические механизмы общения.

Известно, что процесс коммуникации заключается в осознанной или бессознательной трансляции сигналов и смыслов. Поэтому осуществление коммуникации невозможно без каких-либо знаковых средств. Для моды такими средствами являются модные стандарты и объекты, которые, по сути, формируют своего рода информационные сообщения – то, что передается в процессе «модной коммуникации». Опираясь на труды культурологов, педагогов и социальных психологов (А. Б. Гофмана, М. И. Килошенко, Б. Д. Парыгина и др.), обозначим для себя, что *модные стандарты (или «моды»)* чаще всего трактуются как определенные культурные образцы, некие способы или действия поведенческого характера, зафиксированные в культуре особыми методами и формами закрепления, передачи и хранения информации и реализующиеся посредством *модных объектов*. Те, в свою очередь, могут быть любыми объектами (материальными или нематериальными), которые оказались в поле деятельности модной коммуникации и существуют исключительно как средство реализации модного стандарта [52; 93; 145].

В итоге модная коммуникация (или участие в моде) представляет собой цикл последовательных действий, в частности:

1) производство материального или духовного продукта (стандарта и объекта), обладающего новизной и впоследствии способного стать модным;

2) распространение этих продуктов посредством коммуникативных каналов, дистрибьюторов и вспомогательных элементов: инновационных технологий, маркетинговых решений, рекламных возможностей и т. д.;

3) потребление модного стандарта или объекта теми, на кого и был направлен весь процесс коммуникации, и последующее использование его в своем поведении.

Для моды практически не существует границ; модные стандарты могут проникать в науку, искусство, политику, идеологию и другие отрасли; значение моды велико в силу чрезвычайно широкого круга воздействия. В сферу ее влияния входит и чтение, особенно – в молодежной среде. Однако вопросы, связанные с использованием данного феномена, его основных каналов и механизмов в деятельности по стимулированию читательской активности молодежи (особенно в условиях библиотечного воздействия), сегодня практически не изучены.

Первые попытки постановки названной проблемы были сделаны В. Я. Аскаровой, которая обосновала и ввела в научный оборот понятия «мода на чтение» и «читательская мода», показала возможности использования моды в качестве своего рода «агента» культурного влияния на читательскую деятельность. Считаем, что данные явления могут быть рассмотрены в качестве модных стандартов по отношению к моде в целом как явлению массовой культуры. На сегодняшний день принято различать эти концепты; под модой на чтение понимается сложное составляющее общественных настроений, культурных норм, поведенческих установок, создающих в социуме своеобразную питательную среду, которая способствует привлечению людей в чтение. Иными словами, мода на чтение выражается в возникновении притягательности, престижности самой читательской деятельности. И как утверждает В. Я. Аскарова: «Сам факт проявления феномена моды в сфере чтения стимулирует, ускоряет процессы, связанные с чтением: беседы о прочитанном, обмен книгами, приобретение книги в личное пользование» [13, с. 125].

В идеале ориентированная на ценности чтения социальная среда создает условия для формирования «читательской моды» как активной направленности читательских интересов на объекты культуры чтения, которыми могут быть литературные произведения различных отраслей знаний, жанров, авторы и т. д. Однако модными являются не сами по себе авторы или их произведения, а активность по отношению к ним, выраженная в читательской деятельности, покупке или скачивании, обсуждении, критике со стороны людей [8; 12].

Рассматривая молодежь как огромную социальную группу, обладающую общностью стиля жизни, поведения, групповых норм, ценностей и стереотипов, следует отметить, что именно она подвержена наибольшему воздействию моды, так как активно следит за ней и следует ее реалиям. Поэтому, на наш взгляд, в культуре чтения молодежи стимулирующие возможности моды наиболее эффективны, а главной целью модной коммуникации следует считать возведение книги и чтения в ранг популярных ценностей, что в итоге сыграет определяющую роль в повышении читательской активности молодых людей. Вследствие этого в рамках данного исследования нас в большей степени интересуют возможности использования *психологических механизмов* коммуникативного взаимодействия в качестве движущей силы активизации читательской деятельности молодежи, поэтому рассмотрим их подробнее.

Следует отметить, что понятие психологических механизмов появилось в результате исследований психического развития личности. В работах Л. И. Анцыферовой, Е. Л. Доценко, В. Г. Леонтьева и др. под психологическими механизмами понимается целостный набор психических состояний и процессов [66]; функциональные способы преобразования личности [6]; система психических явлений, предназначенная для преобразования и формирования активности посредством мотивов [115]. Поэтому в общем виде психологические механизмы можно определить как постоянно действующую или ситуативно возникающую целостную систему средств личности, реализующих движение к ее преобразованию через выполнение тех или иных регулятивных функций.

В социально-коммуникативной среде мы уже говорим о социально-психологических механизмах общения, которые в том числе присущи и феномену моды. Соглашаясь с позицией Б. Д. Парыгина, будем придерживаться следующей трактовки данного концепта – целостная система социально-психологических явлений и процессов, возникающая в результате внутригруппового и массового взаимодействия и взаимовлияния людей друг на друга, которая оказывает самое непосредственное воздействие на уровень их коммуникативной активности, глубину и полноту их психологического контакта и взаимопонимания, на характер и эффективность их коммуникативного поведения [145].

Опираясь на исследования отечественных и зарубежных психологов, социологов, культурологов и историков моды, таких как В. М. Бехтерев, Дж. Болдуин, А. Вигуру, А. Б. Гофман, П. Жукелье, Н. К. Михайловский, Б. Д. Парыгин, Б. Ф. Поршневу, Г. Тард и др., имеющих особое значение при рассмотрении проблемы социокультурной обусловленности феномена моды в рамках сознания отдельного индивида, а также позицию В. Я. Аскарковой, обозначим социально-психологические механизмы, способствующие формированию моды, в том числе и в сфере чтения: заражение, подражание, внушение, убеждение, конформизм, идентификация. Следует отметить, что по отдельности каждый из перечисленных механизмов функционирует редко, как правило, они объединяются в различные комбинации, что способствует их взаимоусилению.

Первичная роль в процессе модной коммуникации в рамках культуры чтения отведена механизму «заражения». С его помощью молодежь можно вовлечь в атмосферу чтения, приобщить к читающему обществу, библиотечным институтам посредством группового воздействия, осуществляемого не через сознание и интеллект, а через эмоциональную сферу человека. Примерами могут служить обзоры литературы, книжные вечера, литературные гостиные, встречи с писателями, дискуссионные площадки и др., а также игры, которые сейчас практикуются в онлайн (конкурсы, викторины, квесты в социальных сетях) и офлайн (ролевые, настольные, квесты и др.) форматах. Поскольку эмоциональный

отклик возникает в определенной совокупности людей (иными словами – толпе), действует механизм многократного усиления эмоциональных воздействий коммуницирующих субъектов. Именно в толпе развивается склонность к заражению модными веяниями. Индивид при этом не испытывает директивного, преднамеренного давления, а лишь невольно подчиняется ему, бессознательно усваивая образцы поведения энтузиастов моды [8; 52; 145].

На стыке механизмов заражения и подражания начинает функционировать «внушение», иногда обозначаемое как одностороннее заражение. Особенностью здесь является обезличенность субъектов воздействия (например, библиотечные сайты, порталы, сообщества в социальных сетях и пр.), которые внушают молодому человеку определенное отношение к произведениям печати, конкретным авторам, институтам книжного дела и т. д. [52; 138; 152]. По сути, данная разновидность воздействия отчасти перекликается с функциями рекламы, которая является одним из основных средств модной коммуникации. Привлекающие внимание произведения печати ставятся предметом обсуждения; делаясь впечатлениями от увиденного, молодые читатели впоследствии заражают друг друга стремлением взять книгу в руки, углубить свое представление о ней.

Механизмы внушения, *убеждения* и подражания между собой очень тесно связаны. Иногда их определяют как причину и следствие соответственно. Внушающее воздействие моды, таким образом, основано на авторитете, доверии, эмоциональной привязанности к источнику информации, а его замечания, суждения, мнения настолько значимы для предполагаемого читателя, что формируют у него установку реагировать подобным образом. Упомянутая реакция является уже принципом функционирования механизма *подражания*. Он побуждает человека читать то, что читают значимые для него люди, воспринимать и оценивать произведения печати так, как это делают они [138; 145].

Еще один механизм моды – «*конформизм*» (групповое давление) – стимулирует желание «быть как все», что зачастую лежит в основе одинаковости поступков, мнений и оценок, при этом происходит слияние с общей массой и обезличивание индивида. Как известно, большинство людей просто не хочет

выделяться из общей массы, в связи с чем конформизм носит специфический, защитный характер, а мода выполняет свою особую, скрытую роль – социальной мимикрии. Молодые люди часто стараются спрятать свое собственное, индивидуальное «Я» за всеобщей одинаковостью, погружаясь при этом в некую анонимную действительность [138, с. 262]. В реалиях современной информационно-коммуникационной ситуации основным пространством, где в полной мере реализуется принцип обезличивания, считается интернет. Многочисленные социальные сети, порталы, форумы и чаты предлагают своим пользователям полную или частичную анонимность, реализуемую посредством «никнеймов»¹ и «аватаров»². Все это в полной мере стирает различные границы между молодыми людьми, их контакты происходят на уровне «социальных масок», когда каждый выступает в определенной социальной роли, которую он играет или пытается играть на просторах некой суррогатной реальности, исключая всякое психологическое давление и эмоциональный дискомфорт. Однако в контексте модной коммуникации можно предположить, что конформизм обладает определенной степенью демонстративности. При желании участника моды не выделяться, быть незаметным, все равно эта «незаметность», по факту, демонстрируется.

Однако существует и другой вид конформизма – избирательный, референтный, который обозначают как отдельный механизм – «идентификацию». Любой молодой человек отчасти старается быть похожим на тех, кто ему нравится, вызывает зависть. Он стремится подражать своей референтной группе, следовать культурным нормам определенных субкультур и/или интерпретативных сообществ. Механизм идентификации побуждает человека выбирать авторов и книги, одобряемые в его референтной группе, высказываться о них так, как это здесь принято, чтобы чувствовать себя «своим» [8; 13; 52; 145]. Рассматривая этот тезис в контексте новых информационных технологий, в частности, интернет-

¹ вымышленное имя/прозвище, идентифицирующее пользователя в сети.

² на сленге виртуального мира означает небольшую картинку, которая отображает предпочтения или внешний облик владельца аккаунта на том или ином сервисе.

среды, можно отметить, что сегодня появляются различные формы «виртуального» общения и обмена информацией в сетевом пространстве, которые несут в себе разнообразные сведения о новинках в книжном мире, о последних тенденциях актуализации тех или иных жанров среди читателей и т. п.

Тем не менее наличие самих по себе механизмов моды на чтение не решает поставленной проблемы, так как для их активации необходим воздействующий субъект. Поэтому, не претендуя на исчерпывающий анализ, отметим лишь ключевых из них: писатели, книгоиздательские и книготорговые организации, органы государственной власти, библиотеки и сами читатели. Их роль в функционировании механизмов моды и влияние на читательскую деятельность молодежи будут подробно рассмотрены в следующих параграфах.

Подводя итог всему вышесказанному, хотелось бы отметить, что понятия «мода на чтение» и «читательская мода» тесным образом связаны между собой. Они позволяют конкретизировать положение феномена моды в читательской среде, тем самым выделяя какие-то частные проблемы данной отрасли. Анализ различных понятий показал сферы действия всевозможных проявлений феномена моды; важно отметить, что мода в чтении должна иметь определенное своеобразие, что несколько отличает ее от проявлений данного феномена в других сферах человеческой жизнедеятельности. В контексте задач данного исследования главная задача моды – функционирование в системе социокультурных практик повышения читательской активности молодежи, и, на наш взгляд, любые качества данного явления могут сыграть позитивную роль, пусть даже для некоторых читателей интерес к книжной продукции будет всего лишь данью моде. В этом случае мода может выступить в качестве своего рода агента культурного влияния, одной из социокультурных практик, активно воздействующих на поведение индивида в сфере чтения. Не так уж важно, под влиянием каких стимулов у человека зародилось стремление взять книгу в руки; главное, чтобы чтение стало культурной привычкой, обогащающей повседневную жизнь человека, открывающей путь к постижению новых смыслов и самосовершенствованию.

2.2. Мода как феномен культуры: многообразие ее проявлений в системе социокультурных практик повышения читательской активности молодежи

Чтение всегда было и сегодня, безусловно, остается одной из основных базовых ценностей культурного формирования и развития поколений. Однако современные реалии информационного общества столкнулись с ситуацией превалирования визуальных («готовых») образов, особенно распространенных в молодежной культуре, причем как в сфере досуга, так и в сфере образования. Безусловно, большой отток читательской аудитории произошел вследствие именно этого фактора, о чем твердят некоторые специалисты книгоиздания, книгораспространения и библиотечного дела. Другие, напротив, считают, что отдельные средства визуализации можно направить на популяризацию книги и чтения, но при непосредственном профессиональном влиянии (например, педагога, издателя, библиотекаря). Впрочем, все специалисты сходятся в одном: важен поиск наиболее результативных социокультурных практик повышения читательской активности молодых людей, а решающая роль в их реализации, по нашему мнению, принадлежит моде.

Б. Л. Борисов, отечественный теоретик и практик рекламы и PR, называет моду особой социальной нормой, в то время как люди – это «... добровольные узники моды, которая является активным регулятором человеческих отношений». Мода «... формирует стили жизни, поведенческие модели, с которыми приходится сообразовывать свои действия всем. Мода выступает как имиджмейкер, творец-законодатель...» [32, с. 398].

Смещая акцент в сторону молодежи, отметим, что в связке с различными формами рекламы как социокультурными практиками стимулирования читательской деятельности, механизмы моды могут оказать решающую роль в формировании ценностей у представителей молодежной культуры, тем самым работая на повышение их читательской активности. В свою очередь реклама является важнейшим компонентом реализации товаров и услуг, в том числе социокультурных продуктов. Ее создатели уже давно пришли к выводу о прямом

влиянии стиля, модного дизайна рекламных объявлений, сообщений, баннеров, слоганов и прочего на восприятие самого рекламируемого продукта.

Как отмечают Ч. Сэндидж, К. Ротцолл и В. Фрайбургер: «Реклама господствует в средствах распространения информации, обладает огромными возможностями формирования общественных эталонов и действительно принадлежит к очень небольшой группе институтов, оказывающих влияние на общество в целом» [199, с. 542]. Рассматривая рекламу с точки зрения эксплицитных функций, Л. Е. Трушина [203] представляет ее в качестве составной части маркетинга, имеющей цель «... сообщать о характеристиках того или иного товара и способствовать его сбыту» [30, с. 137].

Однако, говоря о социокультурной функции рекламы, специалисты признают, что ее действие гораздо шире и глубже. Поэтому в данном исследовании под рекламой мы понимаем не только продвижение товаров (книжной продукции) на рынке, но и продвижение чтения в молодежную среду, что должно в перспективе способствовать повышению культуры чтения. То есть, по сути, реклама является одним из главных факторов, движущей силой моды на чтение. Интернет-среда в данном случае является идеальным каналом для распространения ее механизмов, обладая возможностью массового привлечения людей, особенно молодых, на различные площадки: сайты, блоги, форумы, социальные сети и сервисы и др.

Проникновение в суть феномена моды, модных стандартов в сфере чтения, а также каналов и механизмов ее распространения дает ключ к поиску возможностей ее использования в системе социокультурных практик повышения читательской активности молодежи, которая наиболее подвержена воздействию моды, так как активно следит за ней и подчиняется ее реалиям. Акцентируем внимание на современных информационно-коммуникативных условиях при реализации комплекса мер по достижению данной цели.

Так, сегодня в интернете все чаще появляются рекламные слоганы: «Читать – это стильно!», «Читать – это модно!», «Мода на чтение», «Мода на книги возвращается» и др., которые открыто призывают молодых людей к чтению. Данная социокультурная практика помогает найти путь к читателю на

подсознательном уровне: чем больше он увидит подобных призывов, тем больше шансов на то, что он будет воспринимать чтение как социальную норму поведения в своем сообществе, получит дополнительный стимул включиться в чтение самому и вовлекать в него сверстников. Поддерживают эту позицию и различные интернет-СМИ, такие как «ТАСС» (<http://tass.ru>), «Российская газета» (<https://rg.ru>), «Lenta.ru» (<https://lenta.ru>), «Onliner» (<https://www.onliner.by>), «ДЕНЬ.org» (<https://day.org.ru>), «Волгоградская правда» (<http://vpravda.ru>), «Mixnews» (<http://www.mixnews.lv>), «Актуальные новости» (<http://actualnews.org>) и др. В их материалах поднимаются вопросы, посвященные книгам и чтению в жизни современной молодежи, касающиеся привлечения к читательской деятельности как можно большего количества людей, а также возведения чтения в ранг престижного модного занятия. Здесь можно выделить доминирующую роль заражения как одного из социально-психологических механизмов моды.

Определяющим инструментом стимулирования читательской активности молодежи под влиянием механизма заражения, безусловно, является сам информационный контент, книжная продукция, в том числе ее дизайн. Однако именно посредством интернета как основного канала распространения модной коммуникации образ книги получает самую широкую популяризацию среди молодежи. С помощью так называемых «слов-магнитов» и «цепляющих заголовков» («книга-загадка», «книга-бестселлер», «книга-экранизация» и пр.) происходит воздействие на психику молодых людей, помогая привлечь внимание читателя и повлиять на его выбор в пользу той или иной книги. Все это является частью современных рекламных кампаний книжной продукции, которые вполне можно рассматривать в качестве социокультурных практик побуждения к чтению; эти кампании все активнее мигрируют в интернет-среду, где происходит размещение различных иллюстративных материалов (баннеров, плакатов), рекламных видеороликов, буктрейлеров; на тематических сайтах, порталах, в социальных сетях проводятся конкурсы и розыгрыши.

Существуют различные пути формирования моды на чтение, читательской моды на конкретные книги, определенных авторов; один из них – использование

экранизаций в качестве социокультурной практики приобщения к литературным первоисточникам. Согласно энциклопедическому словарю «Кино», экранизация обозначается как «*интерпретация* средствами кино произведений иного рода искусства: прозы, драмы, поэзии, театра, оперы, балета» [239]. С точки зрения читателя/зрителя, экранизация открывает ранее неведомые, непостижимые смыслы в литературном первоисточнике, поэтому под экранизацией мы понимаем произведение киноискусства, созданное по литературному первоисточнику путем перевода его на язык кино с сохранением авторской идеи, содержания и прибавлением новых смыслов. Считаем, что существует возможность превращения зрителя в читателя посредством использования экранизации в качестве социокультурной практики обращения к литературному первоисточнику и, в идеале, повышения читательской активности в целом. В связи с этим нам близка позиция А. С. Рубцова, который отмечает, что сопоставление, сравнение литературного произведения и его экранизации, их критический анализ поможет воспитать не только активного зрителя, но и читателя [169]. Соответственно, перед специалистами инфраструктуры поддержки и развития чтения стоит задача побудить зрителя после просмотра кинофильма обратиться к книге, впервые или вновь.

На читательское поведение в значительной мере оказывают влияние и индустрии, основанные на материалах экранизаций книг. По мнению И. Д. Винтерле, после выхода фильма, предлагающего целостный визуальный ряд, готовые образы можно перенести в компьютерные игры, сувениры, полиграфическую продукцию, аттракционы в парках развлечений, и, что самое важное, обычно происходит переиздание книг, проиллюстрированных кадрами из фильма [42]. Это наглядно демонстрирует целую систему популяризации единого трансмедийного художественного продукта посредством маркетингового продвижения переизданной книги, а также сопутствующей рекламы книги и автора через постеры и трейлеры самого фильма. Обычно это происходит с помощью таких «слов-магнитов»: «экранизация...», «по мотивам произведения...», «от автора...», «по книге-бестселлеру...» и др. В результате такие книги становятся

узнаваемыми в более широкой аудитории (чаще молодежной), что, безусловно, работает на стимулирование читательской активности.

Существует и обратная тенденция, когда литературная сфера пополняется за счет такого явления, как «новеллизация». Свободная энциклопедия «Википедия» трактует этот термин как тип книжного романа, являющийся художественной адаптацией сценария или сюжета другой медиапродукции: фильма, сериала, компьютерной игры и т. д. [133]. Добавим, что в контексте культуры чтения это одна из результативных социокультурных практик повышения читательской активности. Наиболее известными примерами новеллизации фильмов являются франшизы «Звездные войны», «Кошмар на улице Вязов», «Люди в черном», «Приключения Индианы Джонса», «Терминатор», «Мумия» и др.; сериалов – «Зачарованные», «Сверхъестественное», «Звездный путь», «Остаться в живых» и др.; компьютерных игр – «S.T.A.L.K.E.R.», «StarCraft», «WarHammer», «WarCraft» и др.

В то же время небольшая часть специалистов считает, что образный ряд, демонстрируемый в визуальных продуктах, просто не оставляет читателю выбора и пространства для работы собственного воображения, что снижает возможности полноценного восприятия книги именно как литературного явления. Однако с точки зрения функционирования механизмов моды подобные ее объекты привлекают молодежь к книге и чтению, что говорит о потенциале экранизации в системе социокультурных практик повышения читательской активности.

Говоря о современных рекламных кампаниях книжной продукции, отметим, что небольшая их часть сродни продвижению фильмов, но все же большинство из них не имеют столь масштабного распространения среди молодежи. Поэтому тенденцией последних лет является все более активное использование интернет-технологий, а именно: размещение различных иллюстративных материалов (баннеров, плакатов), рекламных видеороликов, буктрейлеров¹, конкурсов и розыгрышей на тематических сайтах, порталах, в социальных сетях. К сожалению,

¹ Буктрейлер – видеореклама книги, в которой работают методы, аналогичные рекламам фильмов. Основная его задача – рассказать о книге, заинтересовать, заинтриговать читателя.

пока такие масштабные рекламные кампании имеют только сверхпопулярные книги преимущественно зарубежных авторов, хотя российский сегмент стремительно набирает активность в этой сфере.

Основная роль в данном контексте отведена издательствам и книготорговым сетям, которые, исходя из маркетинговых целей, продвигают ту или иную книжную продукцию. Сегодня сайты издательств России («Эксмо», «Махаон», «Иностранка», «Азбука», «АСТ», «Художественная литература» и др.), США («Farrar, Straus and Giroux», «Scholastic», «Houghton Mifflin Harcourt», «HarperCollins» и др.), Германии («Random House», «Mairisch-Verlag» и др.), Китая («China Publishing Group» и др.), Японии («Shueisha», «Kodansha», «Kadokawa Publishing» и др.) и других стран предлагают пользователям всевозможные рекомендательные списки книг («Новинки», «5/10/20 ... 100 книг о...», «Мы рекомендуем», «Лауреаты премии...» и др.), рейтинги книг/авторов, буктрейлеры. В социальных сетях данная информация не только дублируется, но и дополняется оригинальным контентом в виде «картинок-мотиваторов», цитат, конкурсов и розыгрышей, голосований и пр., что повсеместно используется в системе социокультурных практик повышения читательской активности различными институциями культуры чтения и в первую очередь направлено на привлечение молодой аудитории.

Помимо всего прочего, издательские и книготорговые организации уделяют внимание и социокультурным акциям, посвященным поддержке и развитию читательской деятельности. Например, в 2010–2012 гг. в интернете активно продвигался арт-проект «Mr. Bookman» издательства «Эксмо», направленный на повышение интереса к чтению. В рамках данной социокультурной практики на различных интернет-площадках размещались постеры, посвященные продвижению книги и чтения; значительная их часть принадлежала сериям «Читать не вредно, вредно не читать!» и «А ты всего лишь посмотрел...».

Несколько лет назад «Эксмо» запустило серию билбордов, где звезды шоу-бизнеса, среди которых Ксения Собчак, Артемий Троицкий и лидер группы «Мумий Тролль» Илья Лагутенко, ратуют за чтение. Главный слоган рекламной

кампании гласит: «Читай книги – будь личностью!». Не менее интересна серия плакатов, на которых с книгами в руках изображены звезды российского футбола. В их числе игроки Сергей Семак, Андрей Тихонов, Сергей Игнашевич, главный тренер команды ЦСКА Леонид Слуцкий. Плакаты сопровождаются слоганами: «Есть победы, которые достигаются правильно выбранным словом», «Побеждает тот, кто быстрее думает», «Не выше, не сильнее, а умнее».

Заражающим эффектом обладают и социокультурные практики повышения читательской активности, распространяемые традиционными книжными магазинами, которые в последние годы активно трансформируются в сторону досуговых центров с комфортной атмосферой. Однако без должного освещения всех возможностей книжных магазинов в интернет-среде их посещаемость не была бы столь высокой.

Нельзя обойти вниманием и компании, реализующие литературную продукцию на просторах исключительно интернет-пространства. Ярким представителем соблюдения модообразующих тенденций является интернет-магазин лицензионных электронных и аудиокниг «ЛитРес» (www.litres.ru), который стал платформой для реализации акции «100 книг, изменивших жизнь»; проект осуществлен совместно с Федеральным Агентством по печати и массовым коммуникациям и организацией «Общественная читательская инициатива». С точки зрения действия механизмов внушения, убеждения и подражания проект интересен тем, что объединил 100 российских актеров, режиссеров, писателей, спортсменов, музыкантов и телеведущих, которые знамениты и популярны среди молодежи. Они приводят в пример одну книгу, которая оказала на них наибольшее влияние, при этом иллюстрация издания сопровождается небольшим очерком от «звезды», среди которых Ксения Собчак, Николай Дроздов, Владимир Познер, Николай Валуев, Иван Ургант и др. Впоследствии уже читатели должны сделать свой выбор и проголосовать за понравившуюся книгу. Данный проект является неким посылом в молодежную среду с целью активизации их читательской активности посредством влияния механизмов моды на чтение.

А вот сочетание механизмов моды заражения, внушения и убеждения олицетворяет уже авторскую лояльность, выраженную их активностью в интернет-пространстве и социальных медиа, по отношению к читателям. Многие зарубежные и отечественные писатели на волне быстрого распространения социальных сетей среди интернет-пользователей создали и активно ведут собственные страницы на ресурсах «ВКонтакте», «Facebook», «Twitter», «Instagram», «LiveJournal» и др.; наиболее популярные из них представлены в Таблице 2.

Таблица 2. Аккаунты популярных писателей в социальных сетях и сервисах

Писатель	Аккаунт в социальной сети / количество подписчиков			
	Twitter	Facebook	Instagram	ВКонтакте
Пауло Коэльо	+ / 11,7 млн	+ / 28,2 млн	+ / 1,4 млн	- / -
Джоан К. Роулинг	+ / 10,02 млн	+ / 5,3 млн	- / -	- / -
Стивен Кинг	+ / 3,02 млн	+ / 4,7 млн	- / -	- / -
Нил Гейман	+ / 2,54 млн	+ / 0,9 млн	+ / 0,1 млн	- / -
Джордж Р. Р. Мартин	+ / 0,8 млн	+ / 0,5 млн	- / -	- / -
Сергей Минаев	+ / 0,52 млн	+ / 0,13 млн	+ / 0,05 млн	- / -
Дмитрий Глуховский	+ / 0,004 млн	+ / 0,01 млн	+ / 0,01 млн	+ / 0,17 млн
Борис Акунин	- / -	+ / 0,14 млн	- / -	- / -

Для анализа были взяты только аккаунты, верифицированные администрацией социальной сети или указанные на официальном сайте самого писателя. Из таблицы видно, что западные авторы совокупно более активны в медиапространстве, что выражается в количестве зарегистрированных в социальных сетях писателей, их аккаунтов, числе подписчиков, продуктивности и регулярности постов. Тематика сообщений также достаточно разнообразна: новости и события в сфере культуры, политики, общественной жизни, презентации собственных книг, фотографии, конкурсы и т. д. Но самое ценное для читателей – это возможность пообщаться напрямую со своим кумиром, что для самого автора

является источником информации об общественном запросе, о том, какие моменты особенно интересны читательской аудитории.

Вместе с тем, молодежь как главный потребитель модных стандартов и продуктов действительно нуждается в советах, рекомендациях, наглядных примерах не только того, какой выбрать стиль в одежде, какой музыкальный стиль слушать, в какое учебное заведение пойти учиться, но и какую книгу выбрать для чтения. Изначально рекомендательная функция принадлежала библиотекарю. Он, по мнению сотрудников научной библиотеки БНТУ И. Юрик и О. Вовк, «... в отличие от продавцов книжных магазинов или маркетологов издательств, не заинтересован в продажах, он – идеальный эксперт, ориентированный только на качество предлагаемых книг» [76]. В нашей стране исторически сложилось так, что основной социокультурной платформой для читателей всегда были библиотеки. Конечно, современная ситуация кардинально противоположна, и сегодня библиотеки уже не занимают ключевые позиции в деятельности по стимулированию читательской активности населения, в том числе молодежи. Думается, что современным библиотекам нужно переходить на более востребованные обществом социокультурные практики продвижения чтения и книг, в частности, интенсивнее использовать для этой цели интернет-пространство.

И все же последние исследования констатируют рост самостоятельности у молодой читательской аудитории, выраженный в выборе литературы, развитии читательской коммуникации, которая с появлением социальных медиа переместилась туда. В частности, в социальной сети «ВКонтакте» существует огромное количество сообществ, посвященных книгам и чтению и созданных непосредственно молодыми читателями. По итогам мониторинга групп выяснилось, что лидируют по количеству подписчиков частные группы коммерческого или социального характера; основные из них представлены в Таблице 3.

Таблица 3. Популярные сообщества в социальной сети «ВКонтакте», посвященные книгам и чтению

Название сообщества / web-адрес	Количество подписчиков ¹	Контент
Цитаты и Книги https://vk.com/eternity	2 540 154	Проиллюстрированные цитаты и афоризмы
Шедевры литературы книги https://vk.com/shbooks	1 943 581	Литературный календарь, цитаты из книг, стихотворения, книговорот, аудиокниги, обсуждения прочитанного
Книги https://vk.com/best_psalterium	1 276 338	Презентации книг, конкурсы, розыгрыши книг, обсуждения, опросы
Книги https://vk.com/super_books	561 626	Электронные и аудиоверсии книг, презентации книг, книжные подборки, проиллюстрированные цитаты, информационные сообщения
Как в книге написано https://vk.com/kakvknigenapisano	491 750	Цитаты
Я сейчас читаю... https://vk.com/currently_reading	203 698	Отзывы пользователей о прочитанных книгах, фотографии, конкурсы, обсуждения

Социальные сети позволяют молодым людям делиться друг с другом впечатлениями о прочитанном, рекомендовать те или иные книги, авторов, читательские сервисы. Таким образом, у библиотек появилось множество конкурирующих сервисов, удовлетворяющих современные информационные потребности молодежи и выполняющих те функции, которые раньше были присущи только им.

В современной действительности ресурсы с электронными книгами, форумами и рекомендательными сервисами появляются, развиваются и умирают, уступая место новым, более удобным. По сути, в их основе лежит обмен опытом между пользователями с одинаковыми предпочтениями: человек имеет возможность сформировать свой профиль, оценивать интересные ему книги, при этом система может подобрать группу людей со схожими интересами и выдать список книг, рекомендованных к прочтению. Подобные рекомендации помогают

¹ данные на 25.03.2017 г.

двигаться в нужном направлении и изучать профайлы потенциально интересных книг, исключая возможность попасть в совершенно чуждую сферу. Все эти приемы облегчают процесс выбора наиболее подходящей для читателя книги, а заодно влияют на процессы вовлечения людей в само чтение, что наглядно иллюстрирует порядок действия механизмов заражения и идентификации.

Другой механизм моды – конформизм – на наш взгляд, в контексте чтения выражается в опросно-оценочной системе большинства книжных интернет-магазинов («Лабиринт», «O-zone», «ЛитРес» и др.) и литературных порталов («LiveLib», «ReadRate», «Goodreads», «Bookmate» и др.); это проявляется через голосование потребителя за понравившийся ему товар, который бы он хотел посоветовать другим гостям сайта. Впоследствии все это воплощается в рейтинги, которые способствуют увеличению продаж/прочтений по принципу «выбор большинства». Также на каждую книгу, выставленную на сайте, написана подробная аннотация, помогающая читателю конкретизировать свой выбор.

В совокупности с конформизмом механизм идентификации породил моду на такую социокультурную практику стимулирования читательской активности в интернете, как *челленджи* (от англ. challenge – вызов) – предложение совершить какое-то действие на спор в игровой форме, в которой люди на некоторое время становятся участниками увлекательных событий. Как и любая игра, челлендж имеет свои правила, задания и некий результат [227]. А вот широкое распространение они получили благодаря социальным сетям и видеохостингам¹, поэтому среди молодежи очень популярным стало снимать выполненные задания на видео и впоследствии размещать это в интернете.

В читательском сообществе появились собственные челленджи, стимулирующие читательскую деятельность молодежи:

— «Книжная башня» (*The Book Tower Challenge*) – за определенное время участник должен по списку из заранее определенных вопросов собрать «башню» из книг;

¹ веб-сервис, позволяющий загружать и просматривать видео в браузере, например, через специальный проигрыватель.

- «Первое предложение» (*First Sentence Challenge*) – участник должен с завязанными глазами отгадать ранее прочитанные книги по первому предложению;
- «Слепой книжный вызов» (*Blind Book Challenge*) – участник должен с завязанными глазами отгадать на ощупь книги из своей домашней библиотеки;
- «Книжный шепот» (*Whisper Challenge*) – один из участников, находясь в наушниках и слушая громкую музыку, пытается угадать, что произносит второй участник (варианты: название/автора книги, цитату, первую строчку и пр.);
- «Книжный вызов» (*Book Challenge*) – челлендж для неограниченного количества человек, суть которого может заключаться в прочтении определенного количества книг по заданным критериям, либо при отсутствии таковых.

Наиболее масштабной и популярной среди молодежи является ежегодная акция от литературного портала «LiveLib» под названием «Книжный вызов». Благодаря интересной программной реализации идеи, пользователи, приняв вызов, могут установить для себя определенное количество книг, которые они хотят прочитать за год, добавлять уже прочитанные книги через личный кабинет и там же отслеживать этапы достижения цели.

Это наглядно показывает, что читатели стали намного самостоятельнее и свободнее ориентироваться в книжной среде. А динамичное развитие социальных сетей только ускорило происходящие трансформации. В связи с этим следует отметить отдельные проекты и акции в системе социокультурных практик повышения читательской активности молодежи, популяризируемые посредством механизмов моды, в том числе инициированные самими читателями. Интернет и социальные сети позволили создать новые, ранее неизвестные механизмы общественной мобилизации, в частности, организовывать большое количество людей с помощью *флешмоба* и *буккроссинга*.

Флешмоб (в пер. с англ. – «быстрая толпа», «вспышка толпы», «мгновенная толпа») представляет собой заранее спланированную массовую акцию в общественном месте, в которой задействовано неопределенное количество людей. Чаще всего она происходит как бы внезапно, длится в течение определенного времени согласно сценарию. Подготовка и координация акции осуществляются

посредством общения в интернете. Само действие флешмоба рассчитано на случайных зрителей, у которых возникают неоднозначные чувства: непонимание, интерес, ощущение необычности происходящего. После этого посредством «сарафанного радио» случайные участники флешмоба распространяют его идею в интернет-пространстве.

По сути, флешмоб – это некая игровая деятельность, что, согласно теории моды, является одной из ее базовых ценностей. В данном случае игровые возможности моды используются для того, чтобы привлечь внимание к проблеме кризиса чтения: сформировать интерес к книге, чтению, библиотеке. Поэтому мировое книжное сообщество активно использует флешмоб в качестве социокультурной практики стимулирования читательской активности молодежи. В частности, в США, в штате Невада, молодые люди провели акцию в честь книг с целью ограничения времяпрепровождения в интернете и стимулирования чтения на свежем воздухе. Суть флешмоба заключалась в том, что множество представителей молодежи собирались в выходной день на центральной площади города, занимали свободное место, открывали книгу и читали в течение двух часов, а затем расходились. Поначалу эту акцию поддержала небольшая группа студентов, но вскоре масштабы ее возросли: на февраль 2014 г. к акции присоединилось около пятисот человек [207].

Очень важную социокультурную проблему затронули в одном из городов Монголии, где молодежь посредством флешмоб-акции «Тихий крик» потребовала от правительства организовать строительство новой библиотеки. В ходе мероприятия около 200 молодых людей просидели на площади перед Госрезиденцией около получаса с книгами в руках [242].

Буккроссинг – это еще один «модный» интернет-проект с элементами игры, посвященный непосредственно книге и чтению. Основной его принцип: «прочитал – отдай другому», а девиз – «Превратим весь мир в библиотеку». По условиям проекта книгу сначала регистрируют на специальном сайте, а затем оставляют в общественном месте. Нашедший книгу читатель регистрирует ее на этом же сайте, что позволяет отслеживать ее дальнейшую судьбу. В России буккроссинг нашел

своих последователей в 43 городах. «Безопасные Полки» устраивают в библиотеках, в магазинах, в кафе, в учебных заведениях. Литературу с такой полки может взять любой желающий, однако далеко не все нашедшие книгу регистрируют ее. Из 5322 зарегистрированных и «отпущенных» в 2016 г. в России книг только 1672 отмечены как найденные [196]. Многие библиотеки, учебные заведения, магазины, кофейни, клубы России принимают участие в буккроссинге, используя различные вариации этой игры. Так, во многих учреждениях появляются места книгообмена, где каждый может оставить свою книгу и/или выбрать себе любое издание из представленных на полке.

Подводя итог изложенному, согласимся с В. Я. Аскаровой, что концепты «мода на чтение» и «читательская мода» позволяют конкретизировать положение феномена моды в культуре чтения молодежи, тем самым выделяя какие-то частные проблемы данной отрасли. Анализ социокультурных практик повышения читательской активности молодежи в современных информационно-коммуникативных условиях показал сферы влияния всевозможных проявлений феномена моды и определил ведущую роль интернет-пространства как наиболее значимого канала распространения механизмов моды на чтение среди молодежи. Его коммуникационная составляющая позволяет сравнительно легко найти людей со схожими интересами и начать с ними общение, обходя различные психологические барьеры. Поэтому обсуждения книг в сетевом пространстве сегодня намного популярнее их аналогов в реальной жизни; анонимность, которую позволяет сохранять интернет, обеспечивает свободу от негативных оценок, личностных комплексов. При этом основная задача функционирования системы социокультурных практик повышения читательской активности молодежи должна базироваться на сохранении критического мышления у молодых читателей как основы развития их читательской культуры и культуры чтения в целом.

2.3. Специфика проявления читательской моды в молодежных субкультурах и интерпретативных сообществах

Молодежь в силу своих социально-психологических особенностей является одним из основных субъектов модной коммуникации и объектов воздействия ее механизмов. Молодежь, как и сама мода, динамична и изменчива; даже поведение или стиль жизни некоторые люди выбирают под влиянием модных тенденций. Поэтому в контексте научного дискурса можно рассуждать о существовании моды на определенные субкультуры, а также о взаимном влиянии друг на друга этих социокультурных феноменов. Каждая субкультура выделяется среди прочих набором особенностей, атрибутов, выказывая свою оригинальность и самобытность. При этом все они взаимосвязаны между собой через молодежную культуру.

Генезис молодежной культуры мировое научное сообщество связывает с серединой XVIII в., периодом Великой индустриальной революции; в это время происходит увеличение длительности переходного периода между детством и взрослостью, что, в свою очередь, связано с усложнением разделения труда и производственных процессов. Так, Л. Крокет, рассматривая западную молодежную культуру, пишет, что в «... прединдустриальное время молодые люди играли важную роль в жизни семьи и общества своим участием в трудовой деятельности. В период относительно единообразной аграрной экономики (XVI–XVII в.) труд молодежи способствовал материальной стабильности семьи и считался “экономическим активом”» [271, с. 28]. Молодые люди с раннего возраста включались в производственную деятельность, часто работая наравне со взрослыми; период между физической зрелостью и включением во взрослую жизнь составлял два-три года. Важно и то, что хронологический возраст не служил показателем зрелости: термин «молодость» мог применяться для описания как 12-летнего подростка, так и 24-летнего юноши [311]. С другой стороны, разделение дома и работы, обусловленное фабричной системой, также замедлило переход молодежи в статус взрослых из-за смещения образовательных функций от семьи – как традиционного их носителя – к учебному заведению [2]. Таким образом,

молодежная культура и молодежь как социальная группа появились в ходе изменения связей между семьей, образовательным учреждением и работой.

И если раньше культура не подразделялась так определенно на «взрослую» и «молодежную», то уже в XX в. и, тем более, в XXI в. происходит явный разрыв поколений. Они различаются ценностными ориентациями, способами коммуникации, следованием той или иной моде, образом жизни в целом и, конечно же, предпочтениями в чтении. Катализатором этих изменений называют развитие информационного общества и активизацию медиаконвергенции, что предопределило стремительное проникновение технологий во все сферы человеческой жизни, где преобладающая роль закреплена за информацией и знанием. Начались процессы дигитализации культуры, слияния различных медиа, как «старых», так и «новых», интеграция медиа в повседневную жизнь социума, преимущественно молодой его части. Именно с этими изменениями многие специалисты книжно-библиотечного дела связывают падение интереса к чтению со стороны молодого поколения.

Тем не менее, в современной действительности чтение остается важнейшим элементом культуры, отчасти стимулирующим воспитание гражданской позиции современной молодежи, ее образовательную деятельность и культурное развитие. При этом на молодых людей оказывают влияние различные факторы, как позитивные, так и негативные, обусловленные экономическими, коммуникационными и информационными условиями. Молодежь – это неоднородная, дифференцированная по разным основаниям общность; существует масса субкультур, которые позволяют разделять ее по образовательному, имущественному признакам, ценностным ориентациям, политическим взглядам, характеру учебной и профессиональной деятельности, включенности в деловую жизнь и т. д. Данные субкультурные различия в разной степени влияют на образование, интенсивность читательской деятельности, использование тех или иных коммуникационных каналов, информационных технологий и т. д.

Чтение молодежи нередко становилось объектом исследования, в том числе косвенно, при изучении проблем социализации, образования и просвещения

молодого поколения. Однако вопросы бытия молодежных субкультур и интерпретативных сообществ в книжной культуре, их читательская деятельность и роль чтения в системе субкультуры еще не были предметом самостоятельного исследования.

Феномен субкультуры занимает важное место в современном обществе и является определяющим слагаемым современной культуры, сложным, но интересным для изучения, особенно применительно к молодежной проблематике. Анализ основных подходов показал, что современная субкультура является составной частью культуры; часто она обозначается как подкультура или культура в культуре [26; 44; 60; 139], которая имеет прямое или косвенное воздействие на базовую культуру общества. Т. В. Курчашова считает субкультуру социальным явлением, которое существовало на протяжении всего развития человечества, независимо от эпохи, общества и политического строя [109]. Данное явление выражено системой ценностей и приоритетов, установок, атрибутики, спецификой оценок и суждений, нравов, вкусов и пристрастий, способами поведения и жизненными стилями определенной социальной группы, отличающейся от других культур в обществе, но, вместе с тем, связанной с ними [70; 112; 147; 183].

Российское научное сообщество корректирует понимание феномена субкультуры, в частности, молодежной. Разные специалисты рассматривают ее как источник инноваций и открытий в искусстве, моде, формах досуга; как вариант примитивной массовой культуры, продукт медиаиндустрии; как форму творческой активности молодежи, которая не находит поддержки со стороны официальной культуры; и даже как «очаг» опасности для социального и духовного здоровья молодых [176].

В рамках данного исследования мы будем трактовать молодежную субкультуру как особую сферу культуры, выраженную в коммуникации, массовом поведении и организации молодого поколения, определяющую их стиль жизни и образ мышления, а также отличающуюся от господствующей в обществе культуры и других ее проявлений системой ценностей, приоритетов, установок, атрибутики,

спецификой оценок и суждений, нравов, вкусов, пристрастий и пр., но, вместе с тем, связанную с ними.

Молодой человек совершенно осознанно может оказаться в той или иной социокультурной среде. Это зависит как от его социального положения, так и от личностных характеристик. Период жизни индивида, отведенный на принадлежность к субкультурам, может начинаться еще в школе и продолжаться до изменения его ценностных приоритетов. Это время сильных эмоций, осознания смысла жизни, непостоянства, начальной стадии трудовой деятельности. Тогда же происходит поиск комфортной среды обитания, выбор культурных образцов, формирование моделей поведения, поиск единомышленников.

Согласно трактовкам некоторых специалистов, феномен субкультуры несет в себе отрицательную направленность. Однако исключительность ее сущности состоит в инаковости, непохожести на другие социальные образования, при этом важным является аспект ее определенной самостоятельности и даже автономности. Однако само формирование субкультур все же связано с явлением девиантности, которое социологи и психологи трактуют как отклонение от общепринятых норм поведения.

Так, М. Брейк, рассматривая молодежные субкультуры с точки зрения девиантности, выделил четыре основных типа: *нормальная* – молодежная группа, которая не нуждается в специальной структуре для решения своих социальных проблем; *делинквентная* – группа, объединяющая в основном потенциальных правонарушителей (вандализм, хулиганство, драки, кражи); *культурные бунтари* – молодежь, положительно настроенная по отношению к культурному сообществу, но профессионально не принадлежащая к литературно-художественному и артистическому миру, как правило, выходцы из среднего класса, имеющие высшее образование и являющиеся поклонниками искусства; *политически активная молодежь* – эта группа включает в себя достаточно широкий спектр политических предпочтений: от экологических движений до прямых политических акций [35].

Существует и другая точка зрения, принадлежащая А. Ю. Павловой. Ее позиция основана на степени выраженности мировоззренческого начала

субкультур. Исследователь классифицирует их по шести различным основаниям, объединяя в следующие группы: мировоззренческие, декларативно-мировоззренческие, действенно-мировоззренческие, пассивно-мировоззренческие. «Эмпирически фиксируемыми признаками мировоззренческого в субкультуре становятся: история субкультуры, зафиксированная на различных текстовых носителях; метафорическая и мифологическая составляющие субкультуры; формы и способы трансляции и манифестации идейной основы; базовые идентификационные категории» [143, с. 11].

Однако, исходя из заявленной проблематики исследования, нам важно охарактеризовать участников субкультур с читателеведческой точки зрения. Поэтому, взяв за основу признак принадлежности к книжно-читательской среде, условно поделим существующие молодежные субкультуры на «читающие» и «нечитающие», не претендуя при этом на попытку классификации. Стоит уточнить, что в нашем понимании у представителей «нечитающих» субкультур присутствует читательская деятельность как таковая, но она не является приоритетной ценностью, основным атрибутом сообщества, определяющим его вкусы и пристрастия. Следовательно, такие молодежные субкультуры не входят в поле зрения наших исследовательских интересов, и акцент будет сделан только на некоторых «читающих» субкультурах, к которым мы отнесли следующие: киберпанк, ванильки, нью-эйдж (new age), фуммри, ролевики, анимешники (отаку), толкинисты, поттероманы, лукьянисты, акунисты и др. Именно в них, на наш взгляд, можно наглядно проследить действие социально-психологических механизмов коммуникативного взаимодействия, создающих определенные условия для развития моды на чтение. Указанные субкультуры имеют в своей структуре специфические атрибуты и определенные читательские предпочтения. Поэтому привлекая в свои ряды новых членов, участники сообществ посредством механизмов моды воздействуют на их читательскую активность, но только в рамках определенных установок, которые диктует соответствующая субкультура.

Например, одной из них является *киберпанк*, изначально существовавший как литературный жанр. Впервые термин был упомянут писателем Брюсом Бетке в

1983 г. в качестве названия рассказа. Для участников субкультуры характерно представление мира в качестве антиутопии, где высокие технологии и компьютеризация сочетаются с глубоким упадком или радикальными переменами в социальном устройстве. Сегодня среди киберпанкеров, помимо определенных видов одежды, музыки, компьютерных игр и фильмов, модным остается чтение книг одноименного жанра таких писателей, как У. Гибсон, Ф. Дик, С. Лем, С. Лукьяненко, Д. Симмонс, Б. Стерлинг, Т. Уильямс и др.

Субкультура *ванильки*, состоящая исключительно из романтически настроенных девушек, которые считают мир вокруг себя враждебным и жестоким, появилась сравнительно недавно. Из предпочтений в одежде можно отметить моду на «уличный стиль»: футболки с надписями о любви к различным городам или флагами, обувь без каблуков, большие очки; прическа обычно небрежная, волосы собраны «в пучок». Что примечательно, ванильки увлекаются псевдофилософской литературой, они гордятся своей начитанностью и при первой возможности это подчеркивают, что соответствует такой характеристике моды, как демонстративность. Как правило, данная литература имеет романтическую тематику, причем это книги в основном западных авторов. В то же время отличительным признаком представителей этой субкультуры является наличие дорогой фотокамеры, с которой они проводят большую часть времени, причем либо на улице, делая новые кадры, либо в социальных сетях, где и происходит обмен фотографиями и, как следствие, душевными переживаниями.

С точки зрения культуры чтения интересно движение *ню-эйдж* (*new age*), которое зародилось в начале XXI в. и культивировало идею духовного самосовершенствования. Его суть заключается в повышении интеллектуального и духовного уровня развития человека посредством чтения разножанровой литературы и религиозного мировоззрения. В частности, каждый представитель субкультуры на основе смешения мировых учений создает свое собственное течение. Все это можно обозначить понятием «альтернативная религия». Как и у других движений, у членов *ню-эйдж* есть свои музыкальные предпочтения: они любят слушать рок во всех его проявлениях, нередко в приоритет ставится

электронная музыка. Главное, чтобы тексты воспевали будущее мира и красоту человека, которая подарена ему «высшими силами».

Актуальным субкультурным сообществом в контексте нашего анализа являются и *ролевики*. Данное молодежное движение берет начало в 1960-х гг. (в России с середины 1990-х гг.) и представляет собой общность людей, объединенных пристрастием к мифам, фэнтези, магии и легендам; иными словами, это те, кто играет в ролевые игры. У данного движения много всевозможных ответвлений, сформировавшихся вокруг настольных, компьютерных игр, квестов в реальности, игр «живого» действия (полигонные игры). Последние представляют собой своеобразный театр, где люди перевоплощаются в героев какой-то книги, легенды, истории, сказки или полностью выдуманных персонажей, а затем проигрывают их жизнь [163]. Во многом ролевое движение в России связано с чтением книг Дж. Р. Р. Толкина, которые послужили основой для первых реконструкций. А тандем литературы и кино предоставил ролевикам еще больше возможностей для реализации субкультурных потребностей. Наиболее крупными и известными сегодня считаются игры по произведениям Дж. Р. Р. Толкина («Хоббит», «Властелин колец»), Дж. Роулинг (серия «Гарри Поттер»), Дж. Р. Мартина (цикл романов «Игра престолов»), С. Лукьяненко (серия «Дозоры»), Д. Глуховского (серия «Метро 2033») и др.

Однако существует и более частное культурное явление – *интерпретативные сообщества*, которые могут развиваться и функционировать внутри молодежных субкультур вследствие коммуникативного влияния читательской моды. Им свойственны демонстративность и избирательность по отношению к конкретным литературным произведениям, жанрам или авторам. Термин «интерпретативное сообщество» был введен представителем американской рецептивной критики С. Фишем, который полагал, что каждый текст создается и изменяется посредством группы субъектов, то есть интерпретативного сообщества [237]. Следовательно, в широком смысле и в условиях современной информационно-коммуникативной среды под интерпретативным сообществом понимается совокупность зрителей/читателей/слушателей/игроков, включенных в

интерпретацию текстов, коммуникацию и создание собственного контента [193, с. 19]. Поэтому, в противоположность большинству мнений, понятия «субкультура» и «интерпретативные сообщества» синонимами не являются и соотносятся как базовое и производное понятия соответственно. Исходя из трактовки понятия, а также ограничиваясь рамками культуры чтения, подчеркнем, что в данном исследовании мы будем рассматривать интерпретативные сообщества, возникающие на литературно-текстуально-дискурсивной основе и ограниченные книжной средой.

Конкретные проявления интерпретативных сообществ, в частности, можно наблюдать в субкультурных сообществах, сформированных благодаря фанатам конкретных книг, жанров или авторов и обозначаемых как *фандомы*. Современные фандомы охватили молодежь по всему миру, в связи с чем многие проекты стали транснациональными. Поэтому, в понимании Н. Л. Соколовой, роль аудитории (потребителей), а именно включенность в их «соавторское» создание, «со-производство» в трансмедийных проектах крайне велика.

Изначально основой для феномена трансмедиа послужили различные «креативные практики», сегодня повсеместно распространенные в интернете: «народная» поэзия и литература, любительские фотографии, видео, flash-анимация, различные виды пользовательской критики (телевизионная, кинотеатральная, музыкальная, литературная, игровая и др.), «народный» перевод художественных текстов, фан-арт (творческие вариации по мотивам оригинального произведения), моддинг (программное изменение компьютерных игр) и многое другое [192, с. 3]. К тому же интерактивные технологии Web 2.0 ускорили развитие трансмедиа, которые сегодня уже рассматриваются в качестве культурного феномена. Он функционирует посредством изобразительно-выразительных средств различных видов медиа, многосторонней пользовательской коммуникации и контента. А его основой является читательская деятельность фанатов (фанов), которая дает старт всем производным фандома: фанфикшн (жанр массовой литературы, создаваемой фанатами по мотивам оригинального произведения), конвенты (съезды фанатов),

фанзины (журналы, издаваемые в рамках фандома), ролевые игры, реконструкции, косплеи (костюмированные игры), фан-арт и т. д.

Акцентируем внимание только на фандомах, существующих на базе крупных трансмедийных проектов и сформированных вокруг читательской деятельности их субъектов, в структуре которых присутствуют интерпретативные сообщества.

К. А. Прасолова отмечает, что работ, посвященных педагогике фандома и взаимодействию молодежи с фантекстом, немного, а их авторами в большинстве случаев являются зарубежные исследователи, которые «... изучают в основном сообщества поклонников японских аниме и манга» [154]. В общемировом масштабе воздействие восточных стран, в частности Японии, на развитие молодежи и формирование субкультур во всем мире становится более активным. Яркий пример – *аниме-субкультура* или *отаку*, которая сформирована вокруг японской анимации и манга. Свои истоки данное молодежное течение берет в середине XX в., постепенно распространяясь по всему миру.

С начала 1980-х гг. в тех странах, где в основном не существовало импорта медиапродуктов, фанаты японской анимации самостоятельно начали создавать «фансабы» – любительские переводы, наложенные в виде субтитров на видеоряд аниме (в основном «пиратское») с помощью домашних видеоредакторов. Они не имели коммерческой составляющей и безвозмездно распространялись между фанатами через почту (в дальнейшем по e-mail), на аниме-конвентах и путем демонстрации их в местных аниме-клубах. С началом нового столетия этот вид деятельности был расширен посредством новых информационных технологий: появились блоги с юмористическими или критическими рецензиями на работы участников фандома [276].

В России широкое развитие аниме получило лишь в конце XX в., когда на телевидении стали транслировать сериал «Сейлормун». Отаку, в отличие от представителей многих других субкультур, не имеют определенного стиля, однако самые «продвинутые» из них создают косплеи, то есть воспроизводят на себе образ любимого аниме-персонажа. Для субкультуры отаку характерно позитивное отношение к жизни и стремление к творчеству. Согласно исследованиям

К. Чэндлера-Олькотта и Д. Махар, аниме, манга и фанфикшн служат катализатором для диагностики творческих способностей учащихся и имеют потенциально положительное влияние на образование молодежи [265].

Ярко черты фандома проявляются и в сообществе любителей комиксов. На практике данный фандом представляет собой комплекс более общих аспектов популярной культуры. Большая часть фанатов комиксов вращается вокруг производства любительских фанзинов, информационных бюллетеней и фанфиков, рассказывающих о существующих и новых персонажах. Оригинальные комиксы и фанзины даже поощряют практику регулярных публикаций фан-артов.

Комиксы также являются примером удачных трансмедийных проектов, особенно издаваемые крупными зарубежными издательствами (DC Comics, Marvel Comics, Dark Horse Comics, Image Comics и др.). По мотивам наиболее популярных из них было выпущено большое количество кинофильмов, сериалов, разработаны компьютерные игры, выпущена сопутствующая продукция (игрушки, футболки, кепки, рюкзаки/сумки и т. д.), однако первоосновой всему этому послужило чтение.

Рассмотренное выше ролевое движение также объединяет под своим началом различные интерпретативные сообщества. Одно из самых первых было организовано внутри фандома *«толкинисты»*, который был сформирован благодаря писателю Дж. Р. Р. Толкину. Как правило, участники данного фандома изучают научные и исследовательские работы, в которых представлены языки созданного писателем фантастического мира, тонкости написания всей серии книг и спорные моменты в сюжетах. Ключевым событием в жизни фандома можно считать ежегодные фестивали, на которых проводятся игры по произведениям Дж. Р. Р. Толкина. Значительная часть молодых толкинистов пишет свои собственные книги (фанфики), посвященные тематике любимого писателя.

Фурри – сообщество поклонников персонажей антропоморфных животных (или зооморфных людей). Сущность субкультуры заключается в присвоении персонажам животных таких качеств, как человеческое сознание, мимика, детали анатомии человека, речь, ношение одежды и др. Внутри фандома существует интерпретативное сообщество, сосредоточенное на написании литературных

работ, в которых используется концепция антропоморфных животных персонажей. Чаще всего такие персонажи встречаются в комиксах, анимационных фильмах, аллегорических новеллах и компьютерных играх.

Благодаря развитию молодежных субкультур и интерпретативных сообществ в России стали появляться новые явления трансмедиа, образованные вокруг целостного выдуманного мира, вселенной, в основном имеющие литературный первоисточник, чей анализ необходим в дальнейших исследованиях. Это такие проекты, как «Нашествие», «Метро 2033», «S.T.A.L.K.E.R», «Дозоры», «Гарри Поттер», «Сумерки», «Шерлок», «Игра престолов» и многие другие, которые выводят читательскую моду на новый уровень развития, а само чтение возводят в ранг познавательно-коммуникативной деятельности, универсального способа восприятия и освоения информации, базовой ценности неформальных молодежных сообществ [221].

Таким образом, на примере отдельных «читающих» субкультур можно увидеть, что чтение до сих пор остается одним из важнейших компонентов современной жизни для разных молодежных групп и сообществ, так как влияет на социальную коммуникацию, является средством приобщения к культуре, расширяет кругозор и, наконец, служит средством развлечения. Однако мы убедились, что для молодежи в целом и субкультурных и интерпретативных сообществ в частности весьма влиятельны современные информационно-коммуникационные каналы и различные социально-психологические механизмы, которые посредством специфических способов и приемов формируют читательскую моду в кругу рассматриваемых молодежных объединений. Поэтому необходимо изучать прежде всего систему ценностей молодежи, интересы и потребности молодого читателя, в том числе участника молодежных субкультур и интерпретативных сообществ; молодежную культуру в целом как многомерное явление и ее существование в культуре чтения, чтобы понять возможности стимулирования читательской активности молодежи и ее специфических групп посредством механизмов моды и интернет-технологий в системе социокультурных практик.

ГЛАВА III. ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРАКТИК ПОВЫШЕНИЯ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ ИНСТИТУТАМИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЧТЕНИЯ

3.1. Методические и процедурные аспекты исследования читательской активности молодежи

В предыдущих главах нами было выявлено, что чтение сегодня является важнейшим элементом культуры, существенным элементом воспитания общественной позиции современной молодежи России, которая, испытывая на себе влияние широкого спектра факторов общественной жизни, чаще всего неоднородна и разобщена. Это позволяет дифференцировать ее по образовательному, имущественному признакам, ценностным ориентациям, политическим взглядам, характеру учебной и профессиональной деятельности, включенности в деловую жизнь. Также была установлена значимость механизмов моды и субкультурных различий, которые в разной степени влияют на образование, интенсивность читательской деятельности, использование тех или иных коммуникационных каналов и информационных технологий.

Однако, чтобы понять на каком этапе развития находится молодежная культура сегодня и конкретизировать понятие «молодежь» в культурологическом поле нашего исследования, была построена сводная таблица [Приложение А], включающая 35 произвольно выбранных стран с 6 континентов. Она отражает наличие/отсутствие молодежного законодательства и политики, органов государственной власти и национальных молодежных объединений, влияющих на развитие молодых людей, устанавливающих возрастные границы этой социальной группы. Отмечая роль образования, образовательных учреждений, где чтение занимает важное место, в том числе в повышении уровня грамотности молодых людей, мы посчитали важным отразить (где это возможно) показатели уровня грамотности населения, свободы прессы и охват среднего образования. Взяв за основу статистические отчеты ООН и ЮНЕСКО, мы включили в таблицу показатели HDI (индекс человеческого развития) и YDI (индекс развития молодежи), оценивающие уровень развития потенциала человечества и молодого

поколения соответственно по основным направлениям: продолжительность жизни и здоровье, образование и грамотность, уровень жизни.

В результате, опираясь на документы, регламентирующие национальную молодежную политику в указанных странах, мы выявили различные варианты возрастных границ молодежи. Минимальный нижний возрастной порог (0, 3, 7, 9 лет) установлен в высокоразвитых странах Европы (Финляндия, Франция, Эстония), Азии (Япония, Южная Корея) и США, тогда как верхняя граница варьируется в пределах от 19 до 35 лет. Наиболее часто встречаются возрастные границы 15–24/29 лет, что можно объяснить наличием этих же данных в уставных документах ООН и ЮНЕСКО [64; 140; 274; 295; 354].

Нельзя назвать однозначной ситуацию с определением возрастных границ молодежи и в некоторых странах бывшего СССР (ныне стран-участниц СНГ). Так, в Азербайджане Закон о Молодежной политике (2002) определяет молодежь как людей в возрасте 14–29 лет; тот же диапазон принят в Казахстане. В Белоруссии согласно закону «Об общих началах государственной молодежной политики в Республике Беларусь» (1992) молодежью принято считать граждан от 14 до 31 года, в Украине – от 14 до 35, а в Армении – между 16 и 30 [273].

В Российской Федерации из-за нестыковки определений в разных законах, подзаконных актах, региональных и ведомственных нормативах, четкие границы молодежного возраста остаются размытыми. Для термина «молодежь» традиционно указывают возраст от 14 до 30 лет, тогда как модельный закон «О воспитании детей и молодежи» устанавливает верхнюю границу в 29 лет. В другом модельном законе – «О государственной молодежной политике» – указана общепринятая в законодательстве России верхняя граница возраста – 30 лет. Хотя, как отмечается в докладе «Молодежь России 2000–2025: развитие человеческого капитала», некоторые региональные законодательные акты увеличивают возрастной порог до 35 лет. В итоге документ, ссылаясь на мировую практику сбора и обработки статистических и социологических данных, предлагает установить границы для определения молодежного возраста в Российской Федерации – 15–29 лет [128, с. 40–41].

Но не только нормативные акты противоречивы в оценке возрастных границ молодежи. Разные точки зрения на эту проблему высказывают специалисты большинства отраслей знаний, и единого мнения по данному вопросу нет. В 1960-е гг. в России появилось одно из первых научных определений понятия «молодежь», которое было дано в 1968 г. В. Т. Лисовским: «Молодежь – поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции; в зависимости от конкретных исторических условий возрастные критерии молодежи могут колебаться от 16 до 30 лет» [195, с. 32].

Впоследствии И. С. Кон, который также отмечал невозможность выделения универсальных возрастных границ для молодежи, говорил о том, что в рамках конкретного общества на конкретном историческом этапе развития эти границы можно установить, опираясь на социокультурные факторы. Поэтому понятие молодежь в рамках нашего исследования мы будем трактовать как социально-демографическую группу людей в возрасте от 14 до 35 лет, выделяемую на основе совокупности характеристик, особенностей социального положения и обусловленную теми или иными социально-психологическими свойствами, которые определяются уровнем социально-экономического, культурно-образовательного развития, особенностями социализации в обществе [101, с. 478]. Но для более детального анализа в дальнейшем остановимся на возрастных границах от 17 до 25 лет.

Изучение такого сложного и разностороннего объекта в совокупности с заявленными выше феноменами и явлениями невозможно без использования взаимодополняющих, взаимоконтролирующих методов исследования. Выбор методов определялся задачами исследования и особенностями его баз.

В Южно-Уральском государственном университете (ЮУрГУ), Челябинском государственном университете (ЧелГУ), Челябинском государственном институте культуры (ЧГИК), Южно-Уральском государственном медицинском университете (ЮУГМУ) и Южно-Уральском государственном аграрном университете (ЮУрГАУ) проводилось анкетирование, в том числе при помощи электронных

программных средств. Для нас этот метод особенно интересен тем, что отражает представление читателей о самих себе, их стремление показать себя на уровне желаемого «Я», продемонстрировать свои читательские оценки. А сетевое воплощение данного метода позволяет получить необходимые сведения быстро и бесплатно, а главное, при непосредственном взаимодействии с конечными пользователями через сети, что является потенциально удачной формой для вузовской библиотеки, открывает новые возможности в повседневной работе, обогащает ее содержание.

Принимая все это во внимание, в январе-феврале 2015 г. на базе Зала электронных ресурсов Научной библиотеки Южно-Уральского государственного университета было запущено пилотное онлайн-исследование «Чтение, которое нас объединяет». За основу была взята анкетная карта, разработанная Русской Ассоциацией Чтения и дополненная вопросами, связанными с использованием электронных и бумажных носителей информации и посещаемостью сетевых читательских ресурсов.

Онлайн-версия анкетной карты была размещена на сервере платформы «Google Документы», а распространение информации о проводимом исследовании осуществлялось в наиболее популярных группах социальной сети «ВКонтакте». В итоге было получено 390 анкет, но при анализе эмпирического материала был сделан акцент на данные онлайн-опроса студентов (в возрасте от 18 до 30 лет), представляющих Южно-Уральский государственный университет (ЮУрГУ), в котором число опрошенных составило 102 студента, и Челябинский государственный университет (ЧелГУ) – 107 респондентов, что дало возможность проведения сравнительного анализа показателей чтения в двух названных вузах.

Полученные данные позволили с разных сторон оценить исследовательские перспективы для вузовской библиотеки, которая, безусловно, изучает своих пользователей, их читательскую активность, предпочтения и увлечения, однако чаще всего опосредованно, прибегая в основном к статистическим данным. Также были выявлены проблемные темы и вопросы, которые не вошли в данную анкетную карту, но которые стоило доработать и включить в итоговую версию

опроса. Это и необходимость выявить роль механизмов моды и интернет-технологий, и субкультурные различия молодежи, и возможности вузовской библиотеки в стимулировании читательской деятельности молодежи.

Поэтому при последующем сборе эмпирического материала было принято решение использовать фрагменты ранее разработанной анкетной карты В. Я. Аскаровой [12], направленной на изучение роли и места в системе ценностных ориентаций молодежи массовых читательских предпочтений, стандартизованных читательских предпочтений, каналов и механизмов распространения читательской моды. Анкетная карта [Приложение Б] была существенно модернизирована, адаптирована к изменившимся коммуникативным условиям (в частности, огромной роли интернет-технологий в развитии чтения молодежи) и задачам исследования. Такой подход дал возможность провести сравнительный анализ читательского поведения студенческой молодежи разных лет.

Проведенное исследование представляет собой количественно-качественный социологический опрос студентов Челябинской области; генеральная совокупность составила 98 тыс.¹ обучающихся молодых людей в высших учебных заведениях Челябинской области [51]. Выборка – неслучайная квотная. Квоты были созданы исходя из направлений образовательных специальностей; за основу были взяты данные показателей государственной статистики [84, с. 154–156], которые можно распространить на Челябинскую область. Распределение респондентов в уже созданных квотах осуществлялось методом пропорционального разделения, что позволило выдержать в выборке те же пропорции между квотами, что и во всей совокупности.

В итоге, с учетом доверительной вероятности в 95% и погрешности в 4%, выборка составила 568 человек, распределенных пропорционально по направлениям образовательных специальностей, что отражено в Таблице 4.

¹ статистические данные приведены по данным Минобрнауки России на начало 2015/16 учебного года.

Таблица 4. Расчет выборки по направлениям образовательных специальностей

Направление специальности (страты)	Генеральная совокупность, чел.	Квоты, %	Выборка, чел.
Математические и естественные науки	2 940	3	17
Инженерное дело, технологии и технические науки	27 440	28	159
Здравоохранение и медицинские науки	3 920	4	23
Сельское хозяйство и сельскохозяйственные науки	3 920	4	23
Общественные (социальные) и гуманитарные науки	45 080	46	261
Искусство и культура	14 700	15	85
Всего	98 000	100	568

Расчет объема выборки осуществлялся с опорой на «Рабочую книгу социолога» [161] и выглядит следующим образом:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{N \Delta^2 + Z^2 p q} \quad (1)$$

где: Z – коэффициент доверия, определяется по таблице критических точек нормального распределения ($Z = 1,96$ для уровня значимости 0,025);

N – генеральная совокупность (обучающиеся высших учебных заведений Челябинской области, всего);

q и p – выборочные доли:

q – отношение гуманитарных специальностей обучения и направлений подготовки (включая искусство и культуру) к общему объему выборки ($q = 0,61$);

p – отношение негуманитарных специальностей обучения и направлений подготовки к общему объему выборки ($p = 0,39$);

Δ – предельная ошибка репрезентативности (достоверности), $\Delta = 0,04$.

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 98000 \cdot 0,39 \cdot 0,61}{98000 \cdot 0,04^2 + 1,96^2 \cdot 0,39 \cdot 0,61} \approx 568 \quad (2)$$

Разработка опроса и анализ результатов осуществлялись с помощью инструментов Google, в частности сервиса «Google Формы», который позволяет создать анкетную карту, запрограммировать переходы, работать совместно с другими исследователями, при этом число респондентов не ограничено, а

пользование бесплатно. Результаты опроса автоматически загружаются в таблицу («Google Таблицы»), а статистику ответов, в том числе в виде диаграмм, можно просмотреть прямо в форме.

Анкетная карта, реализованная в формате онлайн-опроса, позволила установить взаимосвязь между ценностными ориентациями, читательской активностью молодежи, а также раскрыть особенности читательской деятельности представителей отдельных субкультур и интерпретативных сообществ, установить наиболее значимые для них каналы и социально-психологические механизмы моды, выявить роль интернет-технологий в стимулировании читательской деятельности в изучаемых нами группах и прояснить возможности вузовской библиотеки в этом процессе. Анкетная карта состоит из следующих блоков.

Первый блок – основные социально-психологические и демографические характеристики респондентов: нас интересовали возраст, пол, место учебы и специальность опрошенных (вопросы № 32–35).

Второй блок направлен на выявление роли и места чтения в системе читательских ориентаций молодежи, представление о которых дают когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты ценностных ориентаций. Когнитивный компонент вбирает в себя социальный опыт личности, на основе которого происходит становление ценностного отношения. Поэтому отражение он находит в вопросах о видовых читательских предпочтениях с разделением на традиционные и нетрадиционные (электронные) формы читательской деятельности (вопросы № 2, 5). Эмоциональный компонент ценностных ориентаций позволили выявить ответы респондентов, связанные с эмоционально-оценочными суждениями молодых людей о чтении как виде деятельности (вопрос № 1). Поведенческий компонент базируется на результатах деятельности первых двух компонентов, поэтому его отражает вопрос, связанный с реальной частотой чтения и использования книг (имеются в виду бумажные и электронные версии). Об этом компоненте ценностных ориентаций дает представление, с нашей точки зрения, вопрос № 3.

Дополнительный материал о роли и месте чтения художественной литературы в системе ценностных ориентаций позволил получить тестовый прием, направленный на выявление мотивов чтения. Сформулированы суждения, соответствующие 11 мотивам чтения (познанию, самопознанию, уходу от действительности, ориентации на окружающих и др.); респондентам предлагается выбрать степень согласия с каждым из суждений (вопрос № 24).

Третий блок направлен на выявление роли новых информационных технологий в стимулировании читательской деятельности молодежи. Нас интересовало, какие носители информации используются молодыми людьми, создают ли они свои страницы, сайты, связанные с чтением, посещают ли интернет-ресурсы, посвященные писателям, книгам, новостям из мира литературы, проблемам чтения, какую активность на таких ресурсах проявляют (вопросы № 4, 6, 7, 8, 11, 31).

Четвертый блок связан с неформальными характеристиками молодых людей: их принадлежностью к определенным субкультурам и интерпретативным сообществам. Отношение к чтению и читательские предпочтения носителей определенных молодежных субкультур позволили выявить вопросы, связанные с установлением принадлежности к различным субкультурам, отношением определенных субкультурных сообществ к чтению, сложившиеся в них читательские предпочтения (вопросы № 14, 15, 16).

В рамках этого блока выявлялась также и степень конформности по отношению к отдельным информаторам о литературе; этому был посвящен вопрос о солидарности в оценках с авторитетными людьми (вопрос № 25).

Проявления читательской моды в молодежных интерпретативных сообществах нами зафиксированы посредством вопросов о приверженности к определенным авторам, жанрам, конкретным литературным произведениям, а также читательскому поведению по отношению к фанфикам (вопросы № 17, 18, 19, 23).

Пятый блок направлен на выявление конкретных читательских предпочтений респондентов (вопросы № 9, 10, 20, 21).

Шестой блок связан с каналами распространения информации об объектах читательской моды. Нас интересовало, кто именно, какие каналы являются определяющими для выбора литературы: родители, сверстники, СМИ, экранизации, интернет и др. Соответствующую информацию позволили получить вопросы об институтах и конкретных лицах, оказывающих влияние на читательские предпочтения (вопросы № 12, 13, 22).

В соответствии с задачами исследования значительная доля вопросов в рамках данного блока связана с ролью интернета в качестве канала распространения информации о литературе.

Седьмой блок посвящен роли библиотеки (вуза) в стимулировании читательской деятельности молодежи. Нас интересовало, какие возможности библиотеки используются молодыми людьми, насколько они информированы о библиотечных мероприятиях и какие из них они посещают (вопросы № 26, 27, 28, 29, 30).

Лейтмотивом через все блоки анкеты проходит тема социально-психологических механизмов моды на чтение, уровень влияния которых на стимулирование читательской деятельности молодежи помогут выявить вопросы № 6, 7, 8, 12, 13, 15, 16, 22, 23, 25.

Всего анкетированием охвачено 568 человек, около 5% составили частично заполненные и незаполненные анкетные карты. С учетом всех заявленных критериев при опросе удалось соблюсти обозначенную выборку, поэтому количество испытуемых в каждой выделенной группе образовательных специальностей позволяет распространить выводы на всех представителей молодежи в возрасте от 17 до 25 лет, обучающихся в высших учебных заведениях Челябинской области.

При анализе результатов опроса было принято решение использовать в качестве вспомогательного метода контент-анализ для обработки ответов на открытые вопросы анкеты, которые помогли выявить подлинные интересы и предпочтения респондентов. Для каждого вопроса были разработаны собственные

классификаторы, а в качестве неизменных смысловых единиц выделены группы образовательных специальностей [Приложение В, Таблицы В.4–В.7.].

В частности, для **вопроса (№ 6)** о том, посещают ли респонденты специализированные читательские интернет-ресурсы, за переменные единицы анализа были приняты сетевые ресурсы, посвященные писателям, книгам, новостям из мира литературы и чтению вообще, а также группы образовательных специальностей, по которым обучаются респонденты. Данные смысловые единицы анализировались по следующим параметрам:

— положительные оценки («*Посещаю*»): ресурсы на базе социальных сетей (публичные группы, страницы) / другие ресурсы сети интернет / ресурсы в социальных сетях и сети интернет / поле не заполнено (в том числе «*затрудняюсь ответить*»);

— отрицательные оценки («*Не посещаю*»): нет времени / не интересно / нет необходимости / не знаю об их существовании / поле не заполнено (в том числе «*затрудняюсь ответить*»).

Вопросы № 9, 10 обусловили необходимость выделения в качестве дополнительной смысловой единицы читательские рекомендации, которые анализировались по следующим параметрам:

— положительные оценки («*Рекомендую*»): жанры (fiction: фэнтези / фантастика / детективы / классическая литература / приключения / другие жанры; non-fiction) / авторы (отечественные / зарубежные);

— нейтральные оценки («*Затрудняюсь ответить*» / поле не заполнено);

— отрицательные оценки («*Не рекомендую*»): жанры (фэнтези / фантастика / детективы / классическая литература / приключения / другие жанры) / авторы (отечественные / зарубежные).

Вопросы № 18, 19, раскрывающие степень увлеченности молодежи литературой в жанре фанфикшн, предполагали выделение смысловой единицы «фанфик», которую мы анализировали по параметрам:

— читаю («По мотивам произведений»): книги / комиксы, манга / сериалы / фильмы / игры / другое / поле не заполнено (в том числе «затрудняюсь ответить»);

— сочиняю («По мотивам произведений»): книги / комиксы, манга / сериалы / фильмы / игры / другое / поле не заполнено (в том числе «затрудняюсь ответить»);

— читаю и сочиняю («По мотивам произведений»): книги / комиксы, манга / сериалы / фильмы / игры / другое / поле не заполнено (в том числе «затрудняюсь ответить»);

Наконец, **вопрос (№ 27.2)** о причинах неиспользования библиотечных услуг обусловил необходимость выделения одноименной смысловой единицы, которая анализировались по следующим параметрам:

— объективные: режим работы / территориальная недоступность, удаленность / необходимая информация доступна в интернете / сложная конструкция программных продуктов (сайт, каталог) / отсутствие необходимой информации / другое;

— субъективные: нет времени / не интересно / нет необходимости / не комфортно / покупаю книги / не нравится / другое;

— «затрудняюсь ответить» / поле не заполнено.

В качестве дополнительных методов исследования в НБ ЮУрГУ – основной базе исследования – проводился комплекс новых и инновационных культурно-просветительных мероприятий с применением социально-психологических механизмов моды (заражения, внушения, убеждения, идентификации) и коммуникативных каналов (интернета, межличностного общения) в рамках библиотечной экспериментальной практики [107, с. 134], которые можно логически объединить в три основных группы: образовательные (лекции, тренинги, дискуссии), игровые (квесты, игротеки, буккроссинг, конкурсы, викторины и др.) и музыкальные (концерты, музыкальные вечера). Площадкой для воплощения данного комплекса мероприятий внутри библиотеки изначально стал Зал

электронных ресурсов, однако позже стали подключаться и остальные отделы. Основной задачей экспериментальной работы стало объединение виртуальных и реальных приемов организации и проведения данного комплекса мероприятий, направленного на популяризацию библиотеки, ее услуг и стимулирование чтения студентов ЮУрГУ.

Оценка результатов была проведена посредством наблюдения за участниками мероприятий, анализа документов и статистических показателей деятельности НБ ЮУрГУ за период 2011–2017 гг. Данные показатели отражены в годовых отчетах НБ ЮУрГУ, а также получены посредством программного обеспечения «Турникет» и «InfoStation» (АБИС «VIRTUA»).

Таким образом, в процессе исследования был собран и обобщен эмпирический материал, который получен с помощью анкетирования, контент-анализа, искусственно созданных ситуаций в процессе библиотечной экспериментальной практики, а также путем анализа документации, статистических показателей и объективной ситуации, сложившейся в НБ ЮУрГУ.

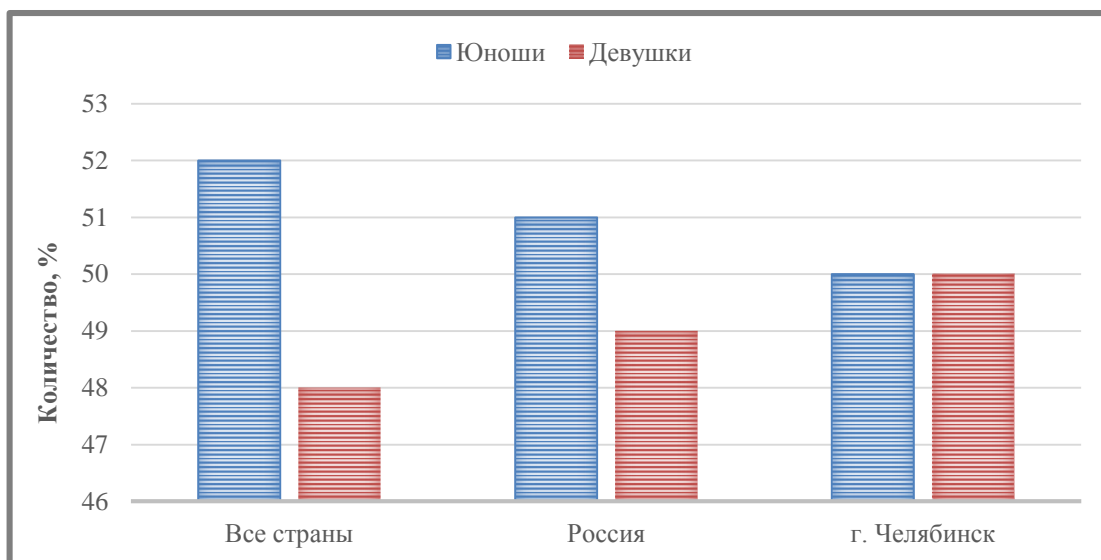
3.2. Читательская активность в современных информационно-коммуникативных условиях: результаты эмпирического исследования

На наш взгляд, в молодежной культуре чтение постепенно вновь возвращается в ранг модных занятий, хотя об этом не говорится столь прямо и открыто. Однако определенные тенденции позволяют придерживаться именно такой позиции. Все это происходит благодаря ряду факторов, некоторые из которых необходимо рассмотреть подробно. Предпримем попытку сделать это на основе анализа результатов проведенных исследований и статистических показателей деятельности НБ ЮУрГУ.

Блок социально-психологических показателей позволил нам выявить основные социально-демографические характеристики респондентов. Сравнивая результаты с данными других тематически близких исследований, общей тенденцией можно считать гендерный перевес среди респондентов в пользу девушек (67%), причем в масштабе страны и г. Челябинска, исходя из статистики

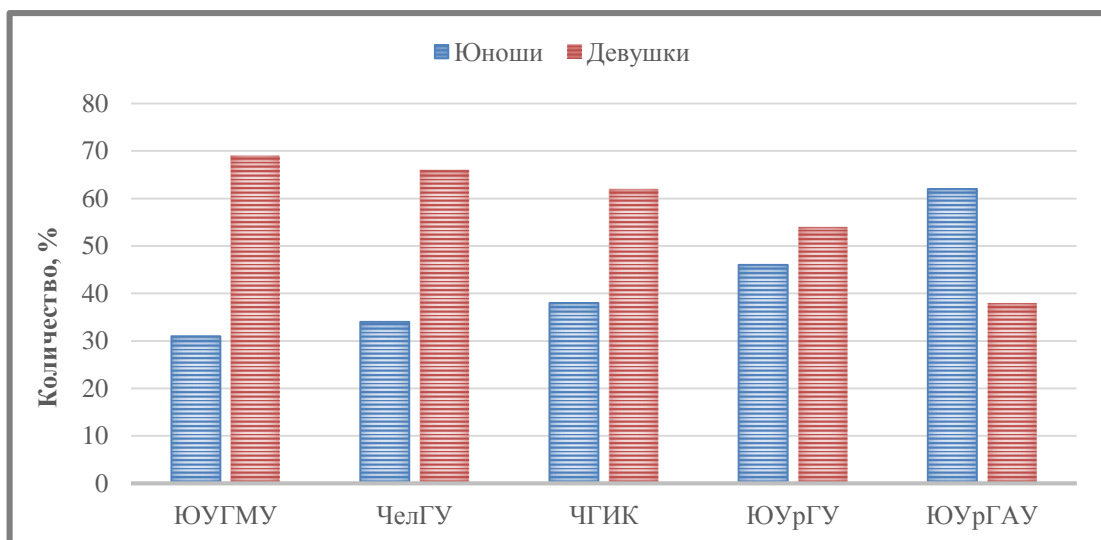
социальной сети «ВКонтакте», число зарегистрированных пользователей в возрасте от 17 до 25 лет, как девушек, так и юношей, примерно равно, с незначительным перевесом в пользу последних. Это показано на Рисунке 1.

Рисунок 1. Соотношение юношей и девушек в возрасте 17–25 лет, зарегистрированных в социальной сети «ВКонтакте»



Однако с точки зрения принадлежности к вузу, опять же по данным «ВКонтакте», результат несколько отличается, что иллюстрирует Рисунок 2.

Рисунок 2. Соотношение юношей и девушек в возрасте 17–25 лет, зарегистрированных в социальной сети «ВКонтакте» и указавших принадлежность к высшему учебному заведению



В целом очевидно преобладание девушек, в ЮУрГУ этот дисбаланс практически отсутствует, так как вуз имеет в своей структуре большое количество технических факультетов и кафедр, тогда как в профильных вузах, специализирующихся на творческих или медицинских специальностях, количество учащихся женского пола больше количества учащихся мужского. В ЮУрГАУ, наоборот, заметно количественное смещение в сторону юношей; предположим, что это также связано со спецификой вуза.

Возрастные шкалы распределились следующим образом: пик пришелся на студентов в возрасте 17–19 – 39% и 20–21 года – 39%, далее 20–25-летние – 22%. Количественное деление по группам специальностей было выполнено в строгом соответствии с выборкой [Приложение В, Таблица В.1.].

В преамбуле анкетной карты нами было обозначено, что под чтением в данном исследовании подразумевается чтение художественной литературы, литературы отраслевой тематики, бумажных и/или электронных текстов, информации в целом. Анализ ответов учащейся молодежи всех изученных нами групп показал, что чтение осознается как одна из важнейших познавательных, эстетических и престижных ценностей.

Говоря о частоте чтения, отметим, что подавляющее большинство студентов (42%)¹, по данным результатов опроса, читают ежедневно, еще 41%¹ делают это один или несколько раз в неделю [Приложение В, Таблица В.3.]. Мы же предполагали, что с предлагаемой формулировкой вопроса и уточнением в преамбуле количество ответов «каждый день» будет стремиться к максимуму, так как реалии информационного общества диктуют ценность информации как таковой, вне зависимости от формата, качества, материального носителя и т. д., поэтому существование этой информации априори немислимо вне чтения. А появление новых форматов текста, разнообразие его носителей, бурное развитие компьютерных технологий радикально изменили картину чтения, о чем говорят многие современные исследования.

¹ с учетом анализа ответов на вариант «Другое».

Эмоционально-оценочные суждения молодых людей о чтении как виде деятельности показывают, что студенты крайне позитивно к нему относятся, но сетуют на большую занятость и нехватку времени (33%). Напротив, 35% читают много и постоянно. 14% респондентов выбирают чтение в качестве способа проведения досуга, предпочитая читать что-нибудь легкое, а вот 17% молодых людей читают исключительно для получения нужной информации чаще всего по учебе или работе [Приложение В, с. В.2.].

В частности, чтение электронных текстов однозначно идет по пути стабильного развития в России и мире. Рассматривая данную разновидность чтения с точки зрения воздействия на молодежь, нельзя не отметить, что результат оказался выше ожидаемого (Таблица 5).

Таблица 5. Предпочтения респондентов в отношении носителей информации

Группы образовательных специальностей	Варианты ответов на вопрос: «Чтение на каких носителях Вы предпочитаете?», %			
	Электронные	Бумажные	Электронные + Бумажные	Затрудняюсь ответить
Математические и естественные науки	6	39	50	5
Инженерное дело, технологии и технические науки	14	39	47	–
Здравоохранение и медицинские науки	–	63	37	–
Сельское хозяйство и сельскохозяйственные науки	29	29	42	–
Общественные (социальные) и гуманитарные науки	11	40	48	1
Искусство и культура	10	38	51	1
Всего	12	40	47	1

Большая часть студентов (47%) на сегодняшний день в зависимости от целей и разного рода условий предпочитают читать как в печатном, так и в электронном виде, в том числе из электронных источников. Что интересно, наиболее активны в этом плане респонденты, обучающиеся на математических и естественнонаучных специальностях, социально-гуманитарных специальностях (включая искусство и

культуру) – 50% и 49% соответственно, тогда как ценителями исключительно печатных документов остаются студенты-медики – 63%. На основе детального рассмотрения картины чтения студентов ЮУрГУ отметим, что чуть меньше половины респондентов всех специальностей (40%) все еще преданны печатным источникам. Предположим, что при всей их консервативности они обладают порой исключительной информацией, недоступной в электронном виде, в том числе и в сетевом пространстве.

Уже полностью перешли исключительно на электронные документы 12% опрошенных. Сравнивая эти данные с результатами пилотного исследования, отметим рост показателя в 1,5 раза. Это говорит о том, что с каждым годом все больше молодых людей уходит от печатных источников информации.

Предсказуемы и количественные данные об объемах домашней и электронной библиотек: если по показателю «от 50 до 300» пока лидируют печатные книги (43% против 22% у электронных), то в категории «более 1000» первенство у персональной электронной библиотеки (3% против 2% у печатных изданий) [Приложение В, Рисунок В.1.]. Огромную роль в этом сыграли производители устройств для чтения, готовые предоставить своему потребителю огромный выбор не только самих гаджетов, но и бесплатных приложений, функционал которых позволяет хранить неограниченное количество информации, увеличивает поисковые возможности, акцентирует внимание на информационной выборке, способствуя переходу чтения на новый уровень развития.

Углубляясь в ценностные ориентации читающей молодежи, выделим видовые предпочтения с разделением на традиционные и нетрадиционные (электронные) формы читательской деятельности. В электронном чтении студентов предсказуемо высокие результаты показали новостные ленты (63%) и посты в блогах и социальных сетях (59%), которые массово представлены в сетевом пространстве, тогда как печатная периодика давно не пользуется спросом у молодежи (16%). Кроме того, большинство российских и зарубежных СМИ давно стали размещать электронные версии изданий своих печатных аналогов, что

позволило более оперативно предоставлять читателям актуальную и злободневную информацию, делать ее наиболее доступной.

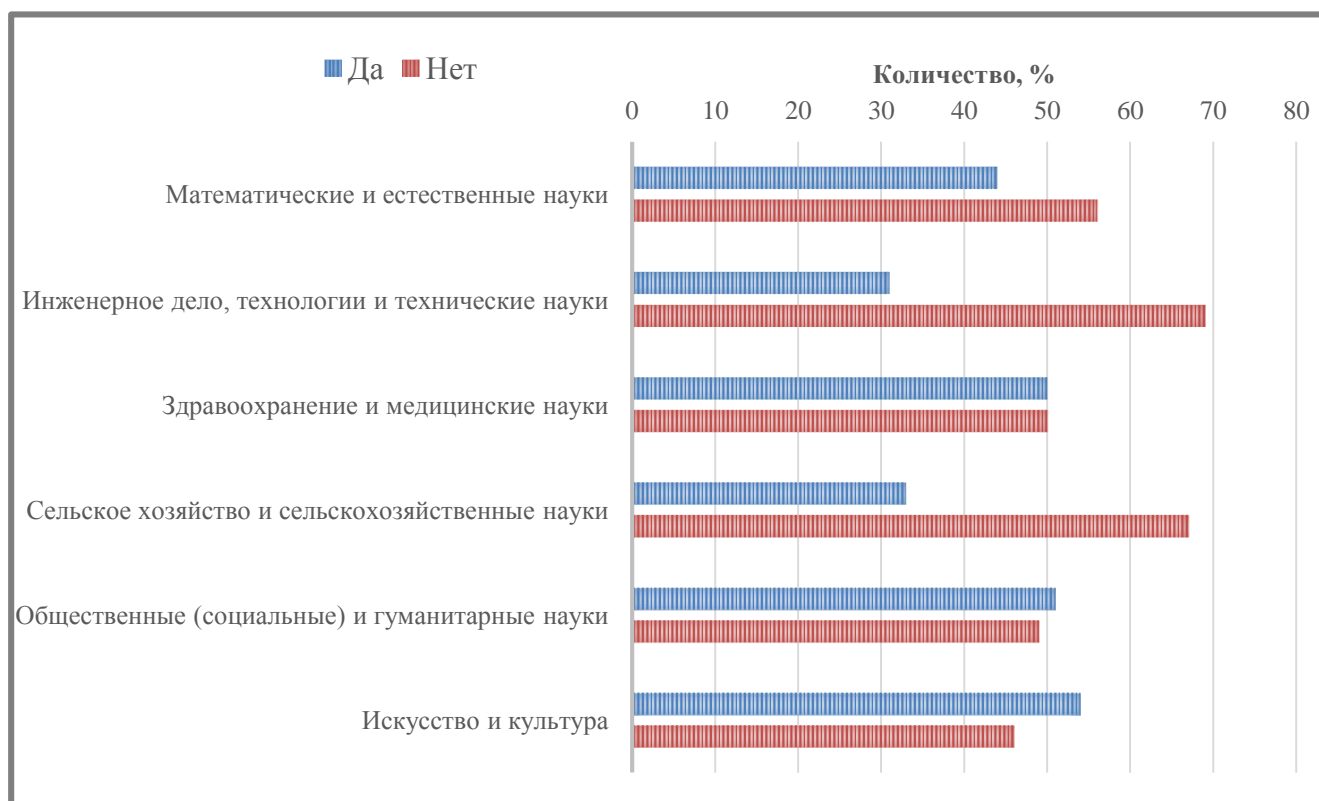
Высокие позиции занимает электронная учебная (58%) и художественная (50%) литература. В вузовской системе, когда традиционная установка на учебник как на печатную книгу сегодня очень часто не срабатывает, это особенно актуально. Современные студенты не очень охотно используют учебники для подготовки к занятиям и испытаниям. Они привыкли к чтению в другом виде – приспособленном к формату компьютера. Поэтому сегодня учебник резко меняет свою традиционную функцию, он превращается в развивающее средство, и это, безусловно, является общемировой тенденцией, которая заставляет вузовские библиотеки кардинально пересматривать не только формы работы с учащейся молодежью, но и комплектование фондов.

Однако печатные версии книг все также лидируют – 58% у литературы, служащей целям образования (учебной, специальной, научной), и 86% – у художественной. В связи с этим закономерно и преобладание в ответах традиционных книжных магазинов (65%) по сравнению с другими источниками покупки/получения/скачивания книг/документов/информации [Приложение В, Рисунок В.2.]. Связано это с тем, что в последние годы книготорговые организации все активнее трансформируются в сторону досуговых центров, предлагающих своим посетителям не только традиционный ассортимент в виде книжной продукции, но и комфортную атмосферу, отказываясь от небольших и тесных торговых залов, неудобных систем навигации и неквалифицированного, а порой и весьма навязчивого персонала. Поэтому закономерно появление таких дополнительных услуг, как детские комнаты, секции игрушек, канцелярских товаров и сувениров, кофейни и большие отделы мультимедийной продукции. Последняя тенденция времени – это бесплатный Wi-Fi на всей территории книжного центра, который позволяет любителям книг погрузиться в виртуальную среду, чтобы просмотреть последние литературные новинки, прочитать отзывы и рецензии на них для осуществления последующей покупки уже в магазине. Здесь можно проследить действие механизмов моды, в частности заражения, который

предполагает вовлечение людей в атмосферу чтения, приобщение к читающему обществу.

При анализе влияния феномена моды и ее механизмов на чтение молодых людей в современных информационно-коммуникативных условиях важны данные, которые удалось получить благодаря вопросу о посещаемости специализированных читательских ресурсов в интернете (Рисунок 3).

Рисунок 3. *Посещаемость специализированных электронных ресурсов, посвященных писателям, книгам, новостям из мира литературы и чтению вообще*



Меньше половины респондентов (45%), отвечая на вопрос о том, посещают ли они электронные ресурсы, посвященные книгам и чтению, высказались положительно, однако в сравнении с показателями пилотного опроса 2015 г. [218] они кардинально противоположны, что говорит об отрицательной динамике. Если же рассматривать этот вопрос в разрезе образовательных специальностей, то большая часть студентов, посещающих данные ресурсы, обучается по общественным и гуманитарным специальностям (включая направления, связанные

с искусством и культурой), тогда как меньше всего – учащиеся сельскохозяйственных и инженерных специальностей.

Далее перейдем к анализу содержательного наполнения ответов на открытые вопросы, раскрывающие конкретные предпочтения студентов при выборе специализированных читательских ресурсов, а также мотивы отказа от их посещения.

Наибольшей популярностью среди студентов всех специальностей пользуются группы и сообщества в социальной сети «ВКонтакте», их отметил каждый третий респондент. Связано это с тем, что социальная сеть предлагает каналы для обмена информацией и связи в реальном времени, а также места для интерактивного диалога и обмена знаниями. А вот конкретные названия ресурсов и их электронные адреса смог назвать только каждый десятый. Это закономерно при общем количестве более 300 тыс. подобных групп и сообществ. Молодые люди выбирают интересные для себя темы из всего этого многообразия, не останавливая свой выбор на каких-то конкретных ресурсах, при том, что «книжные» и «читательские» вопросы могут подниматься и в сообществах, совсем не специализирующихся на данной тематике.

Самыми распространенными мотивами отказа от посещения данных ресурсов оказались: нехватка времени, отсутствие интереса и потребности, а также неопределенные причины, которые студенты не смогли обозначить [Приложение В, Таблица В.4.].

Сегодня не только читатели, но и институты инфраструктуры чтения (литературные сообщества, читательские клубы и библиотеки) активно функционируют в интернет-среде, где формируются и развиваются разного рода формы коммуникации по поводу книги и чтения. Появляются различные варианты «виртуального» общения и обмена информацией в сетевом пространстве, которые несут в себе разнообразные сведения о новинках в книжном мире, о последних тенденциях актуализации тех или иных жанров среди читателей и т. п. Но практически не рассмотрены в научной литературе вопросы влияния книжного

блогинга как канала моды на чтение молодежи. А ведь данное направление вновь набирает популярность с 2015 г., но уже в другом формате.

Для читателей стали интересны такие платформы, как Instagram и YouTube. Это привело к кардинальной смене формата постов и подачи материала в целом. Руководитель отдела продвижения издательства «Росмэн» Нина Пушкарева в одном из интервью сказала о том, что «... на волне развития персонализированных аккаунтов (и постепенного ухода в тень сообществ) стали появляться персоны. А именно – книжные блогеры: букстаграмеры (книжные блогеры на площадке Instagram) и буктьюберы (те же в YouTube)» [226]. А в 2017 г. появились и первые попытки государства привлечь блогосферу для решения проблемы стимулирования читательской активности молодежи. Так, была организована встреча Министерства культуры РФ с «топовыми» блогерами YouTube, на которой обсуждались варианты популяризации культуры и поднятия интереса молодых людей к чтению и книгам [43; 94]. Такие социокультурные практики повышения читательской активности молодежи пока слабо отражены в культурно-просветительной деятельности библиотек, поэтому этот вопрос требует более глубокого изучения и практического внедрения.

Из ответов на вопрос о том, какие книги рекомендуют и не рекомендуют к прочтению молодые читатели, без деления на сообщества, движения и пр., удалось подтвердить некоторые тренды жанрово-тематических предпочтений, обозначенных студентами челябинских вузов, а также выявить названия конкретных книг и фамилии авторов, популярных в молодежной среде.

В рамках контент-анализа мы выделили пять основных жанров [Приложение В, Таблица В.5.]: классическая литература, детектив, приключения, фэнтези и фантастика, причем, согласно данным исследования, наблюдаются вполне объяснимые гендерные различия: девушки больше читают классику, любовные романы, мелодрамы, фэнтези; юноши, наоборот, отдают предпочтение триллерам, детективам и фантастике. Анализируя причины популярности указанных литературных жанров, Е. В. Синотина в качестве таковых отмечает тяготение к повествовательному жанру, в котором сюжет строится по

традиционной схеме: завязка, кульминация и развязка, а повествование основано на принципе «жизнеподобия» [182, с. 94].

Можно предположить, что чтение хороших детективов помогает найти ответы на свои тревоги, доказать свою смелость и хорошую умственную работу, при этом чувствуя себя в безопасности. Разновидностью распространенного в массовой культуре детективно-приключенческого жанра является триллер. Как известно, в триллере акцент смещен с описания самого преступления на его подготовку. Основное чувство, которое вызывает чтение триллера, – ожидание чего-то страшного, то есть тревога. По мнению ученых, читая триллер, человек переживает страх и осознает его отдаленность, нереальность, что способствует компенсации эмоционального дефицита.

Читатели фэнтези, в свою очередь, мысленно переносят себя в параллельную реальность, в мир волшебства и ярких, красочных событий, которые дают необыкновенный положительный настрой или даже эмоциональный всплеск. А «любовные» романы и мелодрамы привлекают молодых читательниц возможностью окунуться в мир грез и фантазий. По мнению исследователей, чтение такой легкой литературы способствует снятию стресса.

Такие модные тенденции в книжной среде подтверждают и другие современные исследования, отражающие реальную картину отношения молодежи к чтению и отдельным жанрам литературы, наиболее популярным в наше время: «Чтение в современной России», «Читающий подросток в фокусе разнообразных представлений», «Жизненные приоритеты и чтение молодежи» и др. Результаты названных исследований свидетельствуют о приверженности молодежи к «массовой литературе». Но у этой популярности есть и обратная сторона – чрезвычайно низкий интерес к актуальной общественно-политической, социальной и культурно-значимой периодике, ориентация на жанровую, развлекательную, «серийную» литературу, слабость и отсутствие значимого роста интереса к современной российской и зарубежной словесности, представляющей новики актуального литературного процесса.

Однако массовая литература сегодня социально и психологически востребована. Она является частью современного культурного процесса, и ее необходимо не только принимать как данность, но и знать, и изучать причины популярности подобной литературы в молодежной среде. Важно также понимать взаимосвязь ценностных ориентаций, читательской активности и литературных предпочтений молодежи. При этом, в качестве связующего звена в этой цепи предполагается мода, ее каналы и механизмы. Поэтому отдельный блок исследования был непосредственно связан с каналами распространения информации об объектах читательской моды: одним из таких каналов являются экранизации.

В частности, удалось выяснить, что конкретные читательские предпочтения современного студенчества напрямую связаны с различными формами визуализации художественных текстов. Так, при ответе на вопрос, какие книги рекомендовать для чтения своим сверстникам, чаще всего респондентами упоминались серия книг о Гарри Поттере, серия книг Дж. Р. Р. Мартина «Песнь льда и огня», книги Д. Брауна, посвященные приключениям профессора Лэнгдона («Код да Винчи», «Ангелы и демоны», «Инферно»), Дж. Оруэлл («1984»). Также не спадает ажиотаж по поводу книг из серии «Метро» Д. Глуховского, произведений Дж. Толкина, С. Кинга, Р. Брэдбери, А. Сапковского, В. Пелевина и Б. Акунина. Все они имеют статус «модного» издания, что в большинстве случаев находит отражение в рейтинговой системе различных информационных агентств и порталов, а значит, такая литература является составляющей современного культурного процесса, социально и психологически востребована среди молодежи.

Интерес к подобным изданиям можно объяснить тем, что в современной культуре литературные тексты существуют не сами по себе, а в контексте визуальных медиатекстов: реклама, видеоклипы и компьютерные игры активно используют знакомые сюжеты, не говоря уже о фильмах и сериалах, снятых по мотивам известных книг. Это подтверждают и ответы челябинских студентов: 53% опрошенных заявили, что предпочитают и читать книги, и смотреть их экранизации, а для 31% именно экранизации оказывают решающее воздействие

при выборе книг для чтения. При этом 33% отмечают, что нельзя сравнивать книгу и фильм, так как каждое произведение является самостоятельным произведением искусства [Приложение В, Рисунок В.3.].

Интересны данные и о том, по каким каналам респонденты получают информацию о литературной основе кинопроизведения: для большинства (69%) – это интернет-среда, из них 39% – реклама в интернете; для 38% – информация на специализированных сайтах, в социальных сообществах, посвященных кино, тогда как читательские ресурсы в этом ключе отметили 14% респондентов; совсем небольшое количество (7%) узнают об экранизациях в библиотеках (в том числе в созданных библиотеками группах в социальных сетях). Не теряют своих позиций и наружная реклама, афиши и буклеты в кинотеатрах (47%), а вот книжные обложки оказались не столь информативными в этом отношении; их назвали всего 11% респондентов [Приложение В, Рисунок В.3.]. Связано это с тем, что обычно переиздания таких произведений выходят одновременно с премьерой фильма/сериала, поэтому интернет- и наружная реклама являются более действенными.

Следовательно, представляется, что проблема использования экранизации литературных произведений в качестве социокультурного стимула читательской активности требует дальнейшего исследования, причем в проблемное пространство должны войти вопросы влияния экранизации на формирование читательской моды, медиапотребления, особенностей рекламного воздействия на молодежную культуру. Уже сейчас результаты исследования говорят о популярности в молодежной среде именно экранизированных книг, поэтому можно рассматривать визуализацию литературы посредством ее экранизации как мощный стимул формирования моды на определенные произведения литературы и повышения читательской активности.

В то же время особенно неожиданным для нас стало то, что среди модных книг оказалось огромное количество классических произведений и литературы усложненного характера, не соответствующей стереотипам распространенного спроса: «Война и мир», «Анна Каренина» Л. Н. Толстого, «Мастер и Маргарита»

М. А. Булгакова, «В круге первом» А. И. Солженицына, «Преступление и наказание», «Братья Карамазовы» Ф. М. Достоевского, «Тихий Дон» М. А. Шолохова, «Джейн Эйр» Ш. Бронте, «Грозовой перевал» Э. Бронте, а также произведения Э. М. Ремарка, Дж. Лондона, П. Коэльо, Дж. Остин, Э. Хемингуэя, А. Экзюпери и др.

Изучая объекты читательской моды, можно сделать вывод, что ими могут быть литературные произведения различных отраслей знаний и жанров литературы. мода может устанавливаться на все доступные читателю печатные и электронные тексты, если они в силу своей социальной значимости выдвигаются в ряд престижных ценностей.

Вопрос об отрицательных читательских рекомендациях показал отсутствие почти у половины респондентов (44%) особого мнения на этот счет, о чем говорят ответы: «затрудняюсь ответить», «таких нет», «не знаю», либо поле вообще не было заполнено. Из этого можно сделать вывод, что молодые люди в возрасте 17–25 лет еще не являются до конца сформировавшимися читателями с богатым опытом и не готовы с уверенностью негативно высказываться о том или ином авторе/литературном произведении. Однако из тех конкретных ответов, какие нам удалось получить, выделяются достаточно предсказуемые произведения: детективы Д. Донцовой, эротический роман британской писательницы Э. Л. Джеймс «50 оттенков серого», «Война и мир» Л. Н. Толстого и «Мастер и Маргарита» М. А. Булгакова. Предположим, что подобные оценки даны молодыми людьми исходя из отношения к данным авторам и произведениям в их референтной группе и в молодежном сообществе в целом, при этом сами книги могут быть не прочитаны вовсе.

Таким образом, благодаря феномену моды в современной литературе существует возможность привлечения молодежи в читательскую среду, создания определенного «книжного багажа» и, тем самым, развития индивидуальных читательских предпочтений. Подтверждением этому служат ответы студентов, которые при выборе литературы для чтения, в первую очередь, опираются на свои собственные предпочтения (70%), причем такая стабильность наблюдается во всех

группах специальностей. Традиционно высок процент тех, кто прислушивается к мнению своей референтной группы – друзьям (44%) и интернет-сообществу, организованному в различные блоги, форумы и группы, мнению участников которых доверяют 29% опрошенных. В том числе, большой популярностью среди молодежи пользуются различные рейтинги книг – 34%. Интересно и то, что каждый пятый студент, обучающийся по одной из гуманитарных специальностей, прислушивается к мнению писательского сообщества, а каждый четвертый читает профессиональную литературную критику. Специфика опроса студенчества также показала, что для $\frac{1}{5}$ студентов (в основном это филологические специальности) велика роль преподавателей как авторитетных людей, чье мнение важно при выборе книг для чтения.

В то же время неожиданно низкими оказались показатели у знаменитостей как образцов культурного идеала, которые выступают в роли рекомендателей книг или авторов для чтения: им доверяют лишь 3% респондентов. Однако нельзя не отметить тот факт, что в области рекламы чтения в целом представители культурной и политической элиты вносят определенный вклад в развитие читательской активности молодежи и создание модной читательской среды.

Также в рамках опроса нас интересовало количество респондентов, принадлежащих к молодежным субкультурам. Поэтому данный аспект был включен в один из блоков исследования, связанный с неформальными характеристиками молодых людей, их принадлежностью к определенным субкультурам и интерпретативным сообществам, отношением внутри этих групп к чтению и читательскими предпочтениями их участников. Количество респондентов, принадлежащих к молодежным субкультурам, как и ожидалось, оказалось небольшим – 10%, но сам спектр сообществ достаточно разнообразен. Так, студенты университетов г. Челябинска причисляют себя к «футбольным фанам», «хип-хоперам», «рэперам», «ролевикам», «геймерам», «металлистам», «альтернативщикам», «хикки», «ванилькам», «золотой молодежи», «ню-эйдж» и др., тогда как есть группы, отражающие специфику и особенности деятельности конкретного вуза [Приложение В, Рисунок В.4.]. Например, в ЧелГУ это

«экологи́сты», сформировавшиеся под эгидой эколого-педагогического отряда «ЭКОSTOP», который представляет собой комплексный проект в рамках содействия в развитии экологической гласности г. Челябинска, или же – «k-pop'еры» (фанаты корейской поп-музыки), самоорганизация которых стала возможна благодаря активному влиянию «Центра творчества студентов» на культурное развитие учащихся.

При этом, как мы уже отмечали, в значительной части субкультурных групп чтение не является ценностью и может даже восприниматься негативно, но из данных проведенного опроса видно, что в вузах такие группы представлены минимально, тогда как представители социально активных субкультур с позитивным отношением к читательской деятельности явно преобладают (например, ролевики/косплееры, толкинисты, киберпанки, хикикомори, рэперы, ванильки, нью-эйдж и др.).

Также по результатам опроса были выделены представители интерпретативных сообществ, которых оказалось в 4 раза больше (43%). Их можно объединить в четыре крупные группы, выделенные по предпочтениям отдельных жанров:

— фантастика – 23% (из них фанаты Р. Брэдбери – 18%, С. Кинга – 18%, бр. Стругацких – 16%);

— фэнтези – 22% (из них фанаты серии книг о Гарри Поттере Дж. Роулинг – 43%, Дж. Р. Р. Толкина – 21%);

— классическая литература – 12% (из них фанаты Э. М. Ремарка – 54%, Ф. М. Достоевского – 46%);

— детективы – 6% (из них фанаты А. К. Дойла – 44%, Б. Акунина – 33%);

— другие жанры – 37%.

Лидерство первых двух жанров и указанных авторов можно обосновать рядом причин, основными из которых могут быть: популярность самого текста произведения, писателя, широкие рекламные кампании книжных новинок, экранизации по мотивам произведений, действие социально-психологических механизмов читательской моды и др.

Отдельно была обозначена принадлежность студентов к фанфикшн-движению. Большинство респондентов (67%) знают, что это за явление в современной литературе, однако только 12% из них читают фанфики по мотивам любимых произведений, а 6% еще и сочиняют их. Обращаясь непосредственно к контент-анализу ответов на открытый вопрос о произведениях, по мотивам которых пишутся фанфики, ожидаемое лидерство заняли интерпретации по мотивам серии книг Дж. Роулинг о Гарри Поттере [Приложение В, Таблица В.6.]. Для нас данные результаты являются, с одной стороны, прогнозируемыми на основе существующих тенденций, а с другой, показательными, так как информация про это увлечение студентов челябинских вузов широко нигде не распространена, из чего следует, что данные увлечения молодежи ни со стороны вузов, ни со стороны вузовских библиотек никак не поддерживаются и не развиваются.

Таким образом, книга представляется фундаментальным основанием культуры, ее текст – аутентичной, наиболее содержательной и программирующей субстанцией, культурным инвариантом, от которого в ходе интерпретационных изменений порождаются различные варианты; одним из наиболее эффективных из них выступает экранизация. В связи с этим профессиональное сообщество должно более полноценно использовать различные формы культурно-просветительной работы, включающие тематику взаимоотношений кино и литературы (киноклубы, семинары, открытые лекции, дискуссионные площадки, творческие встречи и пр.). При этом важно, чтобы комплекс социокультурных практик повышения читательской активности был выстроен в рамках модной коммуникации с активным вовлечением в этот процесс социально-психологических механизмов коммуникативного взаимодействия (заражения, подражания, внушения, убеждения) и более сложных образований социального взаимодействия – идентификации (уподобления себя другому, отождествления себя с ним) и конформности (податливости человека давлению группы, приводящей к изменениям в его поведении и установках). Для активации названных механизмов необходимы воздействующие субъекты, способные использовать их в целях стимулирования читательской активности; в качестве таковых могут выступить

писатели, специалисты книгоиздания, книгораспространения, библиотечного дела, представители органов государственной власти, «медийные лица» различного рода, PR-технологи и сами читатели. Отметим, что речь идет именно о разработке особой социокультурной технологии, гибкой и эффективной, сочетающей «жесткий» инструментарий с «мягкими» формами неформального, опосредованного влияния.

Безусловно, нужно подключать весь потенциал главного канала распространения читательской моды в молодежной среде – интернета в связке с новыми информационными технологиями, применять их в совокупности с социально-психологическими механизмами моды: развивать информационное сопровождение в социальных сетях, книжных и литературных порталах посредством тематических постов, тем самым провоцируя обсуждения и дискуссии книжно-литературной тематики. Однако необходимо брать за основу только те книги, которые будут работать на развитие литературно-художественного вкуса и критического мышления у молодых читателей как основы общей культуры и стимулов развития их читательской культуры и культуры чтения.

В частности, вузовские библиотеки должны также идти по пути изучения и понимания своих молодых читателей, их предпочтений, увлечений и потребностей. Нужно адекватно подходить и к вопросу выделения новых групп пользователей, ранее не охваченных культурно-просветительной деятельностью библиотеки, но потенциально активных читателей. А механизмы моды будут не только дополнительным стимулирующим катализатором при привлечении молодежи в библиотеки, но и проводником к книге и чтению. Поэтому «первые шаги» НБ ЮУрГУ в этом направлении будут проанализированы в Параграфе 3.3.

3.3. Социокультурные практики повышения читательской активности молодежи в условиях вузовской библиотеки

В последние двадцать лет в библиотеках разных ведомств и разновидностей наблюдаются негативные тенденции оттока читателей, потери лидирующих позиций в сфере культурного просвещения нации, особенно молодежи.

В российской действительности деятельность библиотек (в том числе научных) традиционно рассматривают в контексте просветительства, которому отводится ключевая роль в формировании и/или развитии культуры чтения. На государственном уровне это зафиксировано в федеральном законе «О библиотечном деле», в котором библиотека определяется как «... информационная, культурная, просветительская организация или структурное подразделение организации, располагающие организованным фондом документов и предоставляющие их во временное пользование физическим и юридическим лицам» [134]. В соответствии с этим определением, научная библиотека представляет собой неотъемлемую часть образовательного и культурного пространства и занимает особое место в инфраструктуре вуза, а ее главными функциями следует признать информационную, культурную и просветительскую.

Соглашаясь с данной трактовкой, отметим, что просветительство, зародившееся в условиях разложения феодальной системы, явилось результатом не только изменения социально-экономических условий, но и формирования наций, становления менталитета различных народов в Европе. Рассматриваемое сегодня в основном как социально-педагогический феномен [150] просветительство ранее получило истолкование с философских позиций. Философское осмысление просветительства получило в трудах Вольтера, И. Гельдера, Г. Гегеля, однако общепринятым термин стал после статьи И. Канта «Ответ на вопрос: что такое Просвещение?», опубликованной в 1784 г., в которой философ противопоставляет просветительство просвещению на основании того, что просвещение есть самостоятельное мышление, а просветительство – восприятие человеком готовой идеологии [223].

Просветительная деятельность как социальное и педагогическое явление часто рассматривается в контексте культурологического подхода [92; 119; 129]; в современном понимании оно представляет собой любую организованную вне образовательного процесса деятельность, способствующую культурному росту человека и общества посредством просвещения и воспитания культурных и семейных ценностей.

Обозначенные в предыдущем параграфе изменения, которые происходят в молодежной культуре по отношению к книге и чтению, привели к пересмотру приоритетов библиотечной деятельности. На протяжении последнего десятилетия благодаря усилиям профессионального сообщества, поддержке государственных структур, достижениям в области информационных технологий библиотечное обслуживание эволюционировало, что особенно заметно в интернет-среде. Значимой тенденцией нынешнего времени является использование (в большей или меньшей степени) вузовскими библиотеками сетевых технологий, направленных, в первую очередь, на привлечение молодежи в информационное и библиотечное пространства. Поэтому культурно-просветительная деятельность современной вузовской библиотеки видится как совокупность социокультурных практик информационно-образовательной и культурно-досуговой направленности, способствующих продвижению и распространению научных знаний, повышению читательской активности молодых людей, формированию и/или развитию их специфических компетенций, общей и читательской культуры в современных информационно-коммуникативных условиях, в том числе посредством стимулирующего влияния моды, ее каналов и механизмов.

Результаты проведенного опроса учащейся молодежи Челябинской области, описанного нами ранее, говорят о том, что 83% студентов пользуются услугами библиотек. Ожидаемое лидерство принадлежит вузовским библиотекам (их посещают 78% респондентов), которые сопровождают образовательный процесс и являются одним из важнейших проводников к качественной и легальной информации. Современные реалии информационного общества вывели и электронные библиотеки на новый уровень развития; к ним обращается 53% учащихся, тогда как городские/районные публичные и универсальные научные библиотеки не пользуются популярностью среди студенческого сообщества (показатели их использования составили 22% и 16% соответственно).

Большинство опрошенных, а именно 79%, привлекает в библиотеках наличие нужной информации/литературы, что является фундаментом для осуществления любой деятельности данных социальных институтов. Неожиданными стали ответы

студентов (46%), что они посещают библиотеки из-за возможности уединения и тишины в залах. Это подтверждает закономерность современного тренда зонирования помещений на «тихие» и «громкие» участки, что позволяет создать оптимальные условия для читателей с разными потребностями. Достаточно высокие позиции среди респондентов занимают лицензионные электронные базы данных и полнотекстовые ресурсы, доступ к которым организуют вузовские библиотеки. Это мотивирует 36% студентов. А вот наличие необходимых технических средств (27%) и бесплатный интернет (25%) в ответах встречаются не так часто, хотя они и не менее значимы в реальной библиотечной деятельности.

В рамках контент-анализа мотивов отказа от посещения библиотек и пользования их услугами нами были выделены три основных параметра, по которым были сгруппированы выявленные причины. Анализ данных опроса показал, что студенты называют в основном причины *субъективного* характера: «нет времени», «неинтересно», «нет необходимости», «некомфортно», «сам покупаю книги», «не нравится». *Объективные* мотивы отражены в таких ответах: «неудобный режим работы», «территориальная недоступность, удаленность», «необходимая информация доступна в интернете», «сложная конструкция программных продуктов (сайт, каталог)», «отсутствие необходимой информации»; количество таких ответов составило всего 6%. Наконец, некоторые респонденты не смогли назвать конкретных причин игнорирования библиотечных услуг, поэтому либо соответствующее поле было не заполнено, либо указан вариант «затрудняюсь ответить» [Приложение В, Таблица В.7.]. Таким образом, превалирование субъективных причин отказа говорит о том, что вузовским библиотекам необходимо и дальше идти по пути развития, охватывать новые категории читателей, для чего нужно внедрять инновационные социокультурные практики и корректировать существующие.

В рамках изучения опыта крупнейших академических библиотек мира, а в пределах экспериментальной деятельности – содержания работы НБ ЮУрГУ за 2015–2017 гг., было принято решение условно разделить апробируемые социокультурные практики просветительной направленности на две группы:

1) популяризирующие только библиотеку, ее продукты и услуги (зонирование на «тихие» и «громкие» участки; игровые акции (включая социальные сети): конкурсы, викторины, вечера настольных игр; музыкальные перформансы; экскурсии, PR-кампании и т. д.); 2) стимулирующие читательскую активность молодежи и включающие продвижение бренда библиотеки (лекции, семинары, тренинги, дискуссионные площадки; организация доступа, в том числе удаленного, к электронным образовательным и научным ресурсам и базам данных; обзоры, выставки и просмотры литературы; книжные вечера; встречи с писателями; квесты; информационное наполнение групп в социальных сетях; литературно-кинематографический клуб и др.).

Начнем анализ с первой группы социокультурных практик просветительного характера, которые способствуют популяризации вузовской библиотеки как одного из значимых социальных институтов инфраструктуры чтения и попытаемся выявить роль и место в этих практиках такого социально-психологического механизма моды, как заражение, проявляющегося путем воздействия на эмоциональную сферу человека.

Экскурсионная работа – одно из важнейших направлений деятельности научной библиотеки университета, которое носит одновременно и просветительный, и рекламный характер. Большинство университетских библиотек, как в России, так и в мире, представляют собой огромные комплексы с богатой историей, состоящие из множества отделов и корпусов, иногда территориально удаленных друг от друга. Экскурсия дает возможность сформировать полную картину о библиотеке, ее отделах, фондах, отдельных коллекциях. Однако в рамках подобных действий просветительного характера распространены не только такие социокультурные практики, как традиционные экскурсии по библиотекам, часто охватывающие внутренние помещения и закрытые фонды (например, в НБ ЮУрГУ, в библиотеках Гарварда в рамках серии мероприятий «Открытый дом»), но и дискуссии на различные темы, беседы с сотрудниками о новых ресурсах, конкурсы, лотереи, в которых можно выиграть билеты в кино или книги. Некоторые хорошо технически оснащенные библиотеки

через свои сайты организуют виртуальные экскурсии. Подобный формат гораздо эффективнее традиционных экскурсий, так как может привлечь не только зарегистрированных пользователей, но и людей, еще не знакомых с библиотекой, ее деятельностью.

Еще одной тенденцией в развитии библиотек по всему миру следует считать внедрение инновационных форм деятельности, охватывающих различные области культуры и искусства, что позволяет привлечь новые группы читателей. Это разнообразные концерты, перформансы в научной библиотеке Гарварда, а также «культурные обеды» в Университете Осло, представляющие собой еженедельное получасовое концертное мероприятие, проходящее в обеденный перерыв с возможностью перекусить вафлями и кофе, куда в качестве участников приглашаются местные (в том числе университетские) исполнители и музыкальные группы. Там же было проведено альтернативное Нобелевской премии юмористическое шоу «Шнобелевская Ночь», во время которого состоялся визит его основателя Марка Абрахамса с командой предыдущих победителей.

Общеизвестно, что на протяжении последних десяти лет усилия профессионального сообщества были сосредоточены в основном на поиске путей преодоления кризиса чтения, изучении читательских предпочтений детей и молодежи, разработке мер по эффективной поддержке и развитию их чтения и, конечно, освоению библиотек в сетевой среде. Однако за рубежом, особенно на Западе, уже осознали значимость субкультурных молодежных образований, поэтому деятельность по продвижению чтения среди этих групп является одной из ключевых в работе современных публичных библиотек. Так, в США библиотекари организуют конвенты для любителей аниме и манга, где фанаты могут поучаствовать в косплеях, танцевальных баттлах, фотосессиях, семинарах, посвященных созданию манга и аниме, а также попробовать японскую кухню [243; 303]. При поддержке крупных издательских корпораций, технических разработчиков и спонсоров проводятся мероприятия в поддержку чтения молодежи посредством комиксов. Например, «Стильные туфли супергероев» (Арканзас, США), где фанаты популярных супергероев раскрашивали предоставленные

библиотекой белые туфли в их цвета и символику [247], или «Национальный день бесплатных комиксов», который проходит ежегодно с 2002 г. и включает показы фильмов с участием их героев, встречи с художниками и аниматорами и, конечно, бесплатную раздачу комиксов [267]. А в публичной библиотеке Нортлейка в пригороде Чикаго была установлена статуя героя комиксов Marvel Халка, которая обеспечила самую высокую явку молодежи и позволила привлечь не только новых читателей, но и спонсоров [308].

Однако в американских библиотеках заботятся и о молодых авторах фанфиков и оригинальных историй, организуя для них рабочие места с доступом к интернету, библиотечным ресурсам и фондам и возможностью проката ноутбуков. [333; 341]. Помимо этого, библиотекари ведут различные блоги для молодых начинающих авторов, содержащие информацию о том, как написать, опубликовать и найти рынки сбыта для своих произведений; организуют писательские семинары, на которых уже известные и авторитетные авторы делятся своим опытом, помогают определить свои писательские возможности, выбрать подходящий стиль письма и найти реальные пути публикации собственных произведений.

В России в данном направлении активно работает только Российская государственная библиотека для молодежи, на базе которой открыт и успешно функционирует Центр комиксов и визуальной культуры. Здесь сформирован фонд комиксов и литературы по истории и теории визуальной культуры; организована поддержка сообщества читателей библиотеки – фанатов комиксов, книжной иллюстрации и визуальной культуры; проводятся исследования и проекты, связанные с комиксами и книжной графикой [222].

Однако в отличие от публичных библиотек вузовские пока не уделяют должного внимания отдельным группам молодежной культуры, в частности, субкультурным движениям и интерпретативным сообществам, так как возможности социокультурной дифференцированной поддержки читательской активности молодежи пока слабо изучены.

В 2016 г. сотрудники НБ ЮУрГУ предприняли попытку привлечь отдельных представителей субкультур (в частности, музыкальных), которые обучались на тот

момент в университете, задействовав возможности нескольких механизмов моды: заражения, внушения, подражания и идентификации. В итоге в декабре 2016 г. в библиотеке был организован первый «Обертонный вечер» – музыкальный концерт группы «Psyberia», исполнившей музыкальные номера на варгане, диджериду, гитаре, а также с помощью горлового пения. Данное мероприятие прошло успешно и получило огромный отклик со стороны студентов, поэтому в апреле в рамках акции «Библионочь-2017» был проведен еще один музыкальный вечер – «Квартирник»; в данном случае соорганизаторами выступили студенты Политехнического института ЮУрГУ. Формат мероприятия был расширен – среди выступающих были как известные исполнители Челябинска, так и начинающие музыканты, певцы, поэты и «stand up»-комики. Продвижение этих перформансов происходило в группе НБ ЮУрГУ и специально созданных пабликах в социальной сети «ВКонтакте».

Одну из ведущих ролей в системе социокультурных практик занимают игровые формы работы с читателями. Игра является ценностью моды, которая сама отчасти напоминает некую игру, отличающуюся эвристическим, поисковым характером, создающую атмосферу праздника. Игра, как и мода, является одним из средств приобщения к социокультурным нормам и ценностям. Тема игровых практик сегодня активно обсуждается в научном и профессиональном сообществах. Ее актуальность отражена во многих статьях, написанных за последние годы, а популярность демонстрируется растущим числом игровых программ и коллекций в библиотеках разных стран. Обусловлено это ростом использования цифровых технологий посредством смартфонов, планшетных и персональных компьютеров, поднявших медийную грамотность на новый уровень [284; 293]. Эти технологии с их бесплатными приложениями и простыми в использовании операционными системами увеличили популярность игр, которые непреднамеренно или преднамеренно требуют наличия этой грамотности, одновременно развивая ее [349].

Имея широкое представительство в социальных сетях («ВКонтакте», «Facebook», «Twitter»), НБ ЮУрГУ активно применяет возможности игровых

технологий для проведения различных фотоконкурсов («ЮУрГУ читает!», «У Ёлочки», «Книги в деталях», «#библиоселфи» и др.), конкурсов репостов, викторин. Организуя хорошо проработанную рекламную кампанию, можно добиться широкого распространения информации о мероприятии и попадания его в топ новостей социальной сети путем активного «репостинга» и «лайкабельности» самого сообщения. Не последнюю роль в проведении конкурсов играет призовой фонд, который в нашем случае состоит из билетов в кино/театр, рекламной продукции университета, книг (в рамках акции «Я ♥ читать!») и сертификатов на популярные библиотечные услуги. Здесь мы наблюдаем действие механизма заражения: посредством рекламной кампании создается ажиотаж, побуждающий попасть в привлекательное игровое пространство, выиграть приз, отличиться и тем самым повысить свой неформальный статус.

Постепенно развивая игровую деятельность, НБ ЮУрГУ сотрудничала с несколькими коммерческими партнерами. В частности, в «Библионочь-2016» был организован вечер игры в «Мафию» при поддержке маф-клуба «ShowTime», а в октябре 2016 г. был проведен «Вечер настольных игр» при участии клубов «Настольные игры GaGa.ru в Челябинске» и «Клуб Настольных Игр ЮУрГУ». Таким образом была создана возможность охватить большинство представителей игровых субкультур ЮУрГУ.

Большой потенциал расширения круга читателей у библиотеки связан с использованием СМИ и социальных медиа. Научная библиотека ЮУрГУ активно взаимодействует с местными телеканалами и радиостанциями («ЮУрГУ-ТВ», «СТС-Челябинск», «ОТВ», «Домашний»), информационными порталами («74.ru», «Добрый день, Южный Урал», «Норnews») и газетами («Южноуральская панорама», «Технополис»), которые демонстрируют видеоматериалы, презентации, ролики и репортажи о библиотеке. Это не только формирует положительный имидж библиотеки среди молодежи, но и позволяет укрепить ее позиции значимого и авторитетного подразделения вуза. Таким образом, основная ценность рассмотренных социокультурных практик заключается в том, чтобы создать позитивный образ (бренд) библиотеки среди реальных и потенциальных

молодых читателей, что в дальнейшем уже позволит активно внедрять социокультурные практики из второй группы, направленные не только на продвижение бренда библиотеки в молодежной среде, но и на повышение читательской активности молодых людей.

Наиболее весомый вклад в эту деятельность вносят такие коммуникативные каналы моды, как социальные сети. Рассматривая подробнее сообщество НБ ЮУрГУ в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/librarysusu>), отметим, что работа в данном направлении ведется с 2010 г. В отличие от официального сайта библиотеки, стилистические особенности группы должны носить не официальный, а доверительный характер. Поэтому в приоритете публикации новинок литературы, интересных фактов о библиотеке и новостных событий. Большой популярностью у студентов пользуется оригинальный контент, созданный сотрудниками библиотеки, – это тематические конкурсы и викторины, буктрейлеры, фотоальбомы и «посты», сопровождающие акцию «Я люблю читать!», приуроченную к Году литературы в России. Сегодня подписчиками группы стали более 2900¹ человек, что в несколько раз превышает статистику сообществ других вузовских библиотек Челябинской области (ЮУГМУ – 1224 чел., ЧелГУ – 420 чел., ЧГИК – 178 чел.)¹.

Действия по актуализации работы группы проводятся постоянно, в том числе с опорой на статистические данные и результаты встроенной опросной системы, чтобы в дальнейшем привлечь новых пользователей и сохранить при этом уже существующих. В данном случае активно проявляются механизмы подражания и убеждения, когда авторитетные для читателя лица побуждают человека читать то, что читают они, воспринимать, обсуждать и оценивать произведения разных жанров. В условиях вузовской библиотеки в качестве таких трансляторов выступают популярный педагог, авторитетный студент. Они делятся своими впечатлениями о прочитанном на интерактивных площадках сетевых сообществ, что запускает механизм подражания.

¹ данные на 10.12.2017 г.

В то же время такие традиционные формы библиотечной социокультурной практики, как выставки и просмотры литературы, также подвержены тенденции виртуализации, что, безусловно, открывает для них новые возможности не только по раскрытию библиотечных фондов, но и по повышению читательской активности и разных видов культурной коммуникации. По сути, данные социокультурные практики выполняют отчасти и функции рекламы, которая является одним из основных средств модной коммуникации. Привлекающие внимание произведения печати становятся предметом обсуждений; делясь впечатлениями от увиденного, молодые читатели впоследствии заражают друг друга стремлением взять книгу в руки, углубить свое представление о ней.

За рубежом университетские библиотеки стали применять электронные технологии в выставочной деятельности намного раньше, чем в России. При этом современные экспозиции часто сочетают в себе не только библиотечные, но и музейные приемы. Так, в научной библиотеке Оксфордского университета подготовлена выставка «Сокровища Бодлеанской библиотеки: 24 пары», содержащая редкие и самые значимые предметы, выбранные сотрудниками, включая иллюстрации Дж. Р. Р. Толкина к «Хоббиту», «Франкенштейну» Мэри Шелли, Массачусетской книге псалмов и самой дорогой и почитаемой печатной книги в мире «Shikshapatri». Кроме того, благодаря разнообразной коллекции игр и забав, пожертвованной Ричардом Балламом, появилась выставка «Игра с историей». Эта небольшая выборка предметов из обширной коллекции дает полное представление об истории детства, а также способах познания детьми мира, его проблем через игры.

В НБ ЮУрГУ выставочные социокультурные практики традиционно развиваются в трех направлениях. Во-первых, это традиционные выставки в отделах библиотеки или на территории Университета, организованные в соответствии с просветительскими задачами, либо по заказу подразделений или преподавателей вуза. Во-вторых, на сайте НБ ЮУрГУ в разделе «Выставки и просмотры», помимо информационного блока о перечне подборок литературы и сроков их экспонирования, размещаются и виртуальные выставки. В-третьих, для

популяризации данной формы просветительной деятельности среди студентов подборки литературы размещаются в группах библиотеки в социальных сетях с последующей возможностью распространения при помощи функции «repost», что позволяет охватить большую аудиторию. Определяющим инструментом стимулирования читательской деятельности молодежи в данном случае будет механизм заражения, в рамках которого сам информационный контент, книжная продукция, в том числе ее дизайн, а также формы преподнесения информации направлены на формирование читательской моды.

В современных условиях, когда образование ориентировано на практическую подготовку, изменяется подход вузовских библиотек к обучению студентов; библиотеки сами занимаются организацией и проведением разнообразных лекций, семинаров и тренингов для учащихся и преподавателей. Зарубежные библиотеки университетов и колледжей уже давно используют и активно продвигают такие формы работы. Так, Библиотечный комплекс Оксфордского университета [262] осуществляет регулярную программу семинаров и мастер-классов, а университетские библиотеки Германии, в частности, библиотека Мюнхенского технического университета [336], развивают дополнительное и непрерывное образование посредством лекций в рамках бакалавриата и магистратуры, курсов и семинаров, направленных на обучение студентов, гимназистов и других обучающихся университета для развития исследовательских стратегий и информационных навыков (например, «Подготовьтесь к исследованиям», «Подготовьтесь к Вашей степени», «Инструкция по управлению Citavi/EndNote», «Быстрый путь к библиотечным материалам», «Информационная грамотность» и др.). Библиотеки Гарвардского университета (США [300]), помимо традиционных лекций («iPres: обзорная конференция», «Редактирование Шекспира в цифровую эпоху», «Тестирование материалов в Новом строительном музее», «Библиотечное обсуждение книги: С. Мойн «Христианские права человека»), проводят для студентов и преподавателей тренинги и мастерские по многим интересным темам. Отметим и то, что в зарубежных академических библиотеках информирование пользователей

обо всей библиотечной деятельности осуществляется через сайты и социальные сети.

Сравнивая формы и приемы просветительства НБ ЮУрГУ с зарубежными университетскими библиотеками, подчеркнем, что, помимо факультативных мероприятий, ежегодно для студентов первого курса проводятся обязательные занятия по основам информационной культуры, а на третьем курсе – «Отраслевая библиография». Однако современная тенденция такова, что в посещаемости занятий, в том числе и университетских, отсутствует стабильность, что, безусловно, отражается на качестве обучения. Поэтому для решения проблемы были использованы социально-психологические механизмы моды. Сотрудниками НБ ЮУрГУ стала проводиться активная работа с профессорско-преподавательским составом посредством докладов на конференциях, лекций, семинаров и тренингов по работе с электронными русскоязычными/зарубежными ресурсами и базами данных. Используемые механизмы (заражение, внушение/убеждение и подражание) послужили катализатором преподавательской активности, в результате чего они самостоятельно начали приводить студентов на подобные мероприятия, что наглядно демонстрирует действие механизма конформности. Так, благодаря механизму заражения, применению информационных технологий и образовательных интернет-сервисов в тренинговой форме у студентов возник интерес к библиотеке, ее услугам и сервисам. А дополнительные сообщения в социальных сетях по данной теме с использованием иллюстраций и инфографики способствуют поддержке этого интереса.

В качестве примеров нельзя не отметить и крупные совместные проекты со структурными подразделениями вуза, в частности, с кафедрами иностранных языков. Это позволяет обучающимся повысить возможности обращения к зарубежным информационным ресурсам, что в нынешних глобализационных процессах характеризует действие механизма идентификации. Лингвистическое развитие охватывает и сайт библиотеки, который ведется на русском и английском языках; кроме того, с начала учебного года информационные материалы (листовки, буклеты и т. д.) также разрабатываются на двух языках [187].

Социальные акции, которые были рассмотрены нами в Параграфе 2.2, направлены на включение механизма внушения. «Я ♥ читать!» – это постоянно действующая акция НБ ЮУрГУ, которая проводится в Зале электронных ресурсов и была приурочена к «Году литературы» в России. Изначально концепция предполагала организацию и оформление книжной полки для создания более комфортной среды для пользователей и расширения функциональных возможностей помещения. В дальнейшем идея приобрела более масштабную реализацию, выраженную механизмами буккроссинга как одной из форм игровых технологий. Были разработаны основные правила акции, которые, с одной стороны, носили условный характер, а с другой – раскрывали основные принципы, в итоге сложившиеся в официальный девиз: «Приходи. Выбирай. Читай!».

Еженедельно в группе библиотеки в социальных сетях размещаются посты с тематическими подборками книг, участвующих в акции, которые сопровождаются оригинальными баннерами, разработанными сотрудниками Зала электронных ресурсов НБ ЮУрГУ. Постепенно акция набрала популярность не только среди студентов, но и среди профессорско-преподавательского состава университета. В итоге на конец 2016 г. общее количество книг, выставленных на полку «Я ♥ читать!», составило 1006 изданий различной тематики, сгруппированных по четырем рубрикам: художественная, научная, научно-популярная и учебная литература. Из них 758 книг были выбраны «новыми» читателями.

Анализируя выбывшие издания, отметим, что самым большим спросом пользуется художественная литература – 65,5%, в том числе произведения российских/советских авторов составили 40,1%, из них 12,4% приходится на современных писателей, тогда как зарубежных – 59,9%, из них 14,6% – современных писателей.

Продолжая тему игровых социокультурных практик, отметим, что сегодня наряду с цифровыми offline- и online-играми, ролевыми и настольными играми в библиотеках широкое развитие получили «живые» игры и квесты. С одной стороны, они позволяют организовать досуг молодежи и привлечь их в библиотеку. Во многом это определяется тем, что «живые» игры и различные квесты очень

популярны в сфере развлечений, но плата за участие в них в различных клубах достаточно высока, в то время как библиотечные мероприятия бесплатны. При этом библиотечные «квесты могут отправить игроков куда угодно – в прошлое, будущее, в выдуманный мир книги, фильма, компьютерной игры [5]. В то же время вузовская библиотека как центр организации чтения посредством совокупности механизмов моды получает возможность не только развить у студентов информационную, читательскую и общекультурные компетенции, но и стимулировать их читательскую деятельность, потому что в зависимости от формы, сценария и сюжета квест позволяет интегрировать весь спектр библиотечных услуг и возможностей.

В зарубежных библиотеках в основном развиты сетевые интерактивные квесты, как в библиотеке Мюнхенского технического университета; здесь квест был запущен в социальной сети Facebook под названием «Рождественская лиса». Его суть заключалась в разгадывании загадок от библиотекарей с использованием электронных ресурсов, печатных книг и собственной эрудиции.

В НБ ЮУрГУ впервые серия мистико-символических квестов под названием «*Сумерки в библиотеке*», разработанных для двух команд, играющих параллельно, была проведена к Общероссийскому Дню библиотек и 70-летию Южно-Уральского государственного университета в 2013 г. В качестве рекламы мероприятия использовались печатные плакаты на стендах факультетов и кафедр, создана страница на сайте библиотеки, а сама запись на участие в квестах проходила в отделах библиотеки. В итоге записалось более сорока человек, тридцать четыре из которых приняли участие в трех играх. Первый опыт использования этой формы социокультурной практики повышения читательской активности в условиях вузовской библиотеки выявил заинтересованность студентов и подразделений университета, поэтому было принято решение развивать данное направление работы. Впоследствии этот вид практик стал проводиться ежегодно; в 2014 г. для первокурсников был организован квест «*По следам Леонардо Да Винчи*» – интеллектуальный детектив-головоломка, разработанный для одной команды. В итоге получилась полноценная имиджевая

экскурсия по библиотеке для первокурсников с облегченными заданиями, акцент в которых был сделан на обучение работе с возможностями библиотеки. Впервые вместе с библиотекарями участие в подготовке и проведении игры принял преподаватель кафедры «Экономика, управление и инвестиции». В ходе квеста, помимо стандартных каналов коммуникации, были использованы социальные сети как наиболее популярный для данной целевой аудитории коммуникационный канал. В итоге для участия в мероприятии записалось более сорока человек, тридцать три из которых приняли участие в трех играх.

В 2015 г. уже в рамках экспериментальной деятельности инициативной группой библиотеки было принято решение использовать в будущем квесте, помимо уже применяемых ранее механизмов моды (заражения, внушения/убеждения, конформизма), дополнительные – подражание и идентификацию. Выбор темы будущего квеста был предоставлен самим студентам; ими в итоге был разработан фантастический квест-хоррор «Великая библиотека», поставленный по мотивам книги Дмитрия Глуховского «Метро 2033», так как вокруг данного издания создано огромное фанфикшн-общество (соответственно, в данном случае имеет место интерпретативное сообщество). Также одна из сюжетных линий («Великая библиотека») подходила для адаптации сценария квеста в условиях Научной библиотеки ЮУрГУ. В этот раз акцент был смещен на театрализацию действия, визуальные эффекты, декорации и грим. Еще одним отличием от предыдущих квестов стало активное использование интернет-канала распространения модной коммуникации. Поэтому основная рекламная кампания проходила в социальных сетях и включала в себя:

- опрос с заложенной рекламной составляющей;
- визуальный контент: видеоролики (в том числе «вирусные»), иллюстрации по мотивам книги «Метро 2033» с цитатами Д. Глуховского;
- новость/пост, сообщающую о начале серии квестов, в комментариях к которой можно было оставить заявку на участие (https://vk.com/wall-19301624_5051).

В основном сообщении/посте были обозначены условия участия: быть студентом/сотрудником ЮУрГУ и состоять в группе библиотеки в «ВКонтакте», а также сделать репост новости на личную страницу. В итоге за несколько часов в день опубликования новости были сформированы все шесть команд – сработал эффект «сарафанного радио». Основной пост набрал сто семьдесят семь отметок «Мне нравится», а записалось сто шестьдесят шесть человек; из них: девяносто два человека подтвердили участие, семьдесят пять – посетили мероприятия. Так как по условиям участия нужно было состоять в группе библиотеки в «ВКонтакте», за время формирования команд в группу вступило более двухсот человек.

Сами игры проводились в вечернее время (с 17:00 до 19:00), что соответствовало атмосфере постапокалиптического сюжета книги. На время проведения квеста библиотека была закрыта для читателей, которые не участвовали в мероприятии. Впоследствии по мотивам игры была проведена тематическая фотосессия (косплей), результаты которой (12 фото) выложены в социальных сетях, в частности, в официальной группе автора книги «Метро 2033» Д. Глуховского (<https://vk.cc/7sb17K>). Это наглядно демонстрирует успешность сочетания механизмов заражения и внушения/убеждения и олицетворяет авторскую лояльность по отношению к читателям, выраженную в их активности в интернет-пространстве и социальных медиа.

Стоит отметить, что благодаря широкому освещению данного события в социальных сетях его заметили областные и региональные СМИ, такие как информационный портал «HORNEWS» (<http://hornews.com>) и «Добрый день, Южный Урал» (<http://2obl.ru>). Были опубликованы материалы об инновационной деятельности библиотеки и развернутое интервью с организаторами и участниками квеста. Кроме того, еще одной особенностью данного мероприятия стало то, что после проведения первых игр студенты начали изъявлять желание поучаствовать в проведении игр в качестве персонажей. Таким образом, библиотеке удалось не только «завоевать» новых читателей, которые перестали обращаться в библиотеку исключительно за традиционными услугами, но и с помощью механизмов моды

привлечь определенную команду креативных студентов, готовых оказать помощь в разработке и организации различных библиотечных мероприятий.

Благодаря продуманным и широким PR-кампаниям, а также «сарафанному радио», об игровой просветительной деятельности НБ ЮУрГУ знает большинство подразделений университета и их сотрудников. Поэтому в мае 2016 г. по инициативе Юридического факультета ЮУрГУ был подготовлен и проведен очередной квест для трех команд до 10 человек в жанре триллер-детектив. Его особенностью стал закрытый формат мероприятия – только для участников XII научно-практической конференции молодых исследователей «Современные проблемы юридической науки», поэтому, помимо просветительных задач библиотеки, специфика игры заключалась в формировании и развитии юридических, следственно-криминалистических и психологических навыков участников.

В этот раз, помимо сотрудников библиотеки, участие в организации и проведении игры принимали аспиранты и студенты ЮУрГУ; основную часть реквизита предоставила кафедра уголовного процесса и криминалистики университета. Такой опыт взаимодействия с подразделениями университета является для библиотеки новым и, безусловно, положительным.

Таким образом, квест является самой инновационной и популярной социокультурной практикой стимулирования читательской активности молодежи и популяризации библиотеки в системе ее просветительной деятельности, которая, с одной стороны, при грамотном использовании механизмов моды и интернет-технологий позволяет организовать досуг молодежи и привлечь ее в библиотеку, а с другой – развить их информационную, читательскую и общекультурные компетенции, так как в зависимости от формы, сценария и сюжета позволяет интегрировать весь спектр видов информационной деятельности пользователей: поиск в каталоге, ориентирование в фонде, поиск информации в сети, ее отбор, систематизацию и библиографическую характеристику и др. Кроме того, эти практики помогают студентам оказаться в служебных помещениях библиотеки, куда обычно читателям доступ запрещен и где своими глазами можно увидеть

«литературные богатства» книгохранилищ, вереницы стеллажей, библиотечные лифты и многое другое, что позволяет несколько иначе оценить возможности библиотеки.

Переходя к анализу статистических данных за 2011–2016 гг., отметим, что весь комплекс социокультурных практик, представленный в рамках экспериментальной деятельности библиотеки, безусловно, повлиял на основные показатели деятельности НБ ЮУрГУ в указанный период.

Расчет показателя относительной посещаемости библиотеки (ее различных сегментов) был осуществлен исходя из статистических данных Южно-Уральского государственного университета и научной библиотеки, представленных в Таблице 6, по следующей формуле:

$$At = \frac{n_i}{N} \quad (3)$$

где: At – показатель относительной посещаемости библиотеки (ее различных сегментов);

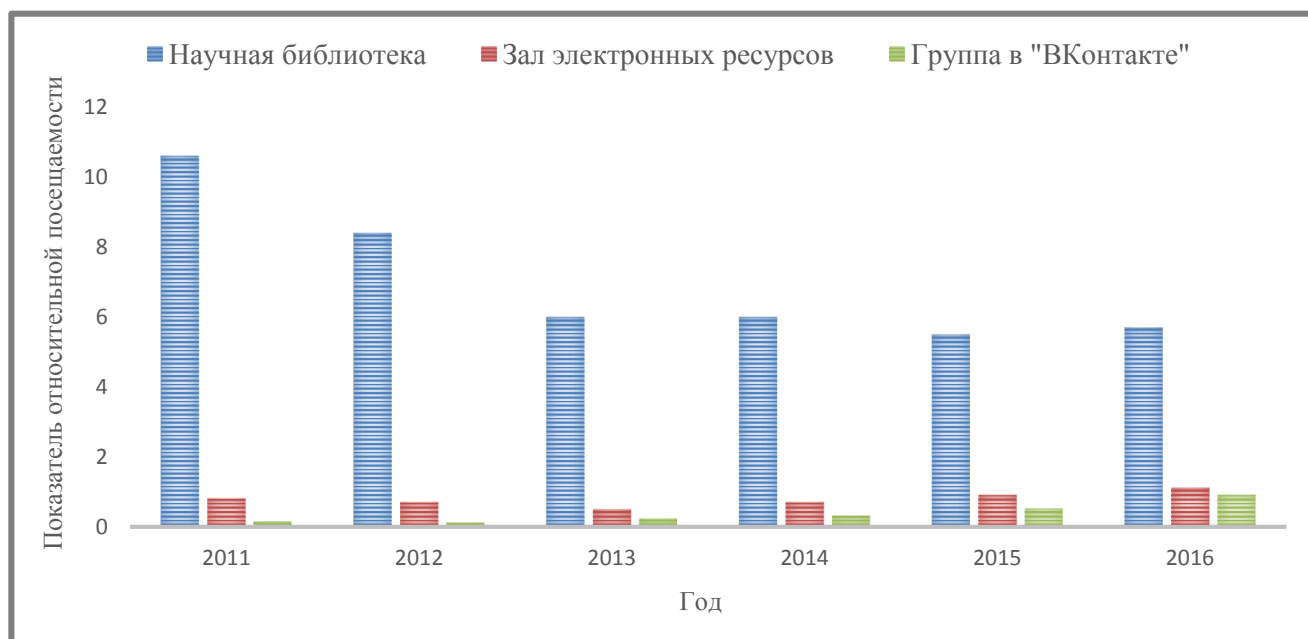
n_i – общее количество посещений сегмента библиотеки;

N – общее количество обучающихся на очном, очно-заочном, заочном отделениях вуза за год.

Таблица 6. Статистические данные количества посещений и количества обучающихся в период с 2011 по 2016 гг.

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Количество обучающихся в вузе, чел.	25287	25882	31381	26219	26455	28317
Научная библиотека, шт.	268752	217758	185109	158202	145496	161696
Зал электронных ресурсов, шт.	19996	18216	14995	18855	22835	32020
Группа библиотеки в «ВКонтакте», шт.	3976	3192	7215	8089	13736	25604

Рисунок 4. *Динамика посещаемости НБ ЮУрГУ (2011–2016 гг.)*



В частности, как видно из Рисунка 4, начиная с 2011 г. наблюдалась отрицательная динамика посещаемости по библиотеке в целом вплоть до 2016 г., однако в Зале электронных ресурсов, который стал основной площадкой экспериментальной работы, уже с 2014 г. наблюдается рост данного показателя, причем сегодня можно с уверенностью говорить о положительной динамике. Отдельной позицией выделена группа НБ ЮУрГУ в «ВКонтакте», которая уже с 2013 г. начала показывать не только прирост подписчиков сообщества, но и посещаемость ресурса. Все это говорит о том, что разработанные и внедренные социокультурные практики просветительной направленности, стимулирующие активность пользователей с помощью механизмов моды и интернет-технологий, вызвали положительный эффект не только в векторе популяризации библиотеки и ее услуг, но и в целом в деятельности по созданию целостной системы стимулирования читательской деятельности молодежи.

Опираясь на результаты проведенных исследований, сотрудники Научной библиотеки ЮУрГУ продолжают разрабатывать социокультурные практики повышения читательской активности, в том числе с использованием интернет-технологий. Ранее мы уже писали, что сегодня большое влияние на читательскую

активность молодежи оказывают киноэкранизации литературных произведений. Поэтому в Университете при координационной поддержке со стороны библиотеки создан литературно-кинематографический клуб «Кино & Книги» совместно с Объединенным советом обучающихся ЮУрГУ и студентами Политехнического и Юридического институтов ЮУрГУ. Основной концепцией клуба является «фильм-книга», а задача заключается в побуждении зрителя после просмотра кинофильма обратиться к литературному источнику. В группах НБ ЮУрГУ в социальных сетях успешно публикуется тематически схожая рубрика «КиноКнига», созданная в Год российского кино. Посты выходят в выходные дни и в дни премьерных показов кинолент в кинотеатрах и содержат информацию по принципу «читай книгу – смотри фильм». На этапе развития и продвижения самого клуба ожидается активная реклама как на сайтах университета и библиотеки, так и в дружественных группах в социальных сетях.

По результатам проведенных нами исследований можно сделать вывод о том, что социокультурные практики повышения читательской активности в совокупности с потенциалом новых информационных технологий и интернета как основного канала модной коммуникации важно и нужно развивать в условиях вузовской библиотеки, особенно в работе с молодыми читателями. Необходимо дифференцировать просветительную деятельность среди студентов исходя из возрастных особенностей, специфики учебного заведения, принадлежности к направлению или специальности обучения, а также в зависимости от их субкультурных предпочтений. Важен статистический анализ сетевых ресурсов с точки зрения частоты использования и количества молодых людей, которые представляют различные возрастные и социокультурные группы. Кроме того, необходима мониторинговая деятельность, охватывающая комментарии и суждения читателей о литературе.

Постоянная исследовательская деятельность, отражающая реальную картину чтения, а не мнения, домыслы и стереотипы профессионального сознания, должна быть нормой для любой вузовской библиотеки, основой для принятия решений по использованию наиболее социокультурных практик повышения читательской

активности пользователей и использованию социально-психологических механизмов общения, эффекта моды.

Таким образом, вузовская библиотека является одним из важнейших институтов формирования культуры чтения, поэтому она должна быть привлекательным местом для общения, культурного проведения досуга молодых людей, их творческой самореализации. Сейчас в нашей стране и за рубежом ведется поиск наиболее актуальных социокультурных практик библиотечного воздействия, и, как показали результаты проведенного исследования, сегодняшние приоритеты должны быть связаны с максимальным использованием сетевых технологий и социально-психологических механизмов моды, направленных на вовлечение молодых читателей (тем более – студентов) в информационное и библиотечное пространства, формируя у них устойчивую привычку к развивающему, осмысленному чтению.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате диссертационного исследования мы пришли к следующим выводам.

Изучив основные подходы к толкованию концепта «чтение» и его производных в поле культурологического знания, мы дали трактовки терминов «чтение», «читательская деятельность», «читательская активность», «читательская культура» и «культура чтения» с целью обоснования понятия «социокультурные практики повышения читательской активности». Данное понятие определяется нами как любая инициатива, творчески созидательная деятельность, проявляющаяся в поле культуры чтения, исходящая от того или иного культурного посредника, направленная на установление коммуникационных связей между читательской аудиторией и миром текстов с целью интенсификации основных критериев и показателей читательской деятельности и создания определенных условий для повышения уровня общей и читательской культуры.

Рассмотрев чтение молодежи как научную и социальную проблему, отметим, что на протяжении последних десятилетий в развитых странах мира широко обсуждают «кризис чтения» и считают, что его последствия негативно сказываются на экономической, социальной и духовной жизни всей нации. Проанализировав публикационный массив отечественных и зарубежных источников, мы пришли к выводу, что чаще под кризисом чтения подразумевают упадок сложившейся традиционной системы социокультурных институтов инфраструктуры чтения, обслуживающих, организующих и контролирующих различными способами читательскую деятельность. Ведь современные институты инфраструктуры чтения, особенно традиционные библиотеки, действительно сталкиваются со многими трудностями, обусловленными наступившей эпохой информатизации и компьютеризации культуры.

Поэтому необходимо следовать намеченным в конце XX – начале XXI вв. тенденциям и наиболее результативным социокультурным практикам повышения читательской активности молодежи, среди которых мы выделили: поддержку и

развитие чтения со стороны государственных, общественных и специализированных институций (библиотек, книготорговых и издательских организаций, учреждений образования, центров чтения и др.) на уровне законодательных и общественных инициатив, культурно-досуговые и просветительские акции и мероприятия национального и регионального уровней, будь то праздники чтения, книжные ярмарки, читательские коллоквиумы и встречи с писателями, квесты, рекламные кампании по продвижению книг и чтения, усилия авторского корпуса и активной части читательского сообщества в интернет-пространстве и многое другое.

Таким образом, можно говорить о мультипликативной интеграции различных институтов инфраструктуры чтения, особенно библиотек, в единое социокультурное пространство как об их реакции на изменения коммуникативной среды. Вследствие этого сегодня продолжается интенсивный поиск новых, наиболее адекватных сложившейся реальности социокультурных практик повышения читательской активности (приемов, методов, технологий) как важнейшего инструмента социализации и личностного развития, катализатора формирования и/или развития читательской культуры и культуры чтения молодежи. Все активнее в этом процессе используются интернет-технологии.

Основные результаты исследований в сфере чтения молодежи наталкивают на мысль о необходимости включения в систему стимулирования чтения, повышения его культуры универсального феномена массовой культуры – моды. В данном случае нам было важно рассмотреть, какое влияние она может оказать на читательскую активность молодежи, с помощью каких социально-психологических механизмов и коммуникативных каналов можно стимулировать читательскую деятельность молодых людей.

В итоге был проведен терминологический анализ понятия «мода», ее производных в сфере чтения и раскрыты основные каналы ее распространения и механизмы воздействия на читательскую активность молодежи в системе социокультурных практик. Отметим, что для моды практически не существует границ; модные стандарты могут проникать в науку, искусство, политику,

идеологию и другие отрасли; значение моды велико в силу чрезвычайно широкого круга воздействия. В сферу ее влияния входит и чтение, особенно – в молодежной среде. Поэтому, опираясь на введенные в научный оборот В. Я. Аскаровой понятия «мода на чтение» и «читательская мода», в данном диссертационном исследовании мы различали эти концепты. Но в то же время они тесным образом взаимосвязаны между собой и позволяют конкретизировать положение феномена моды в читательской среде. Важно отметить, что мода в чтении должна иметь определенное своеобразие, что несколько отличает ее от проявлений феномена моды в других сферах человеческой жизнедеятельности. В контексте задач исследования нами была обозначена главная задача моды – функционирование в системе социокультурных практик повышения читательской активности молодежи, и, на наш взгляд, любые качества данного явления могут сыграть позитивную роль, пусть даже для некоторых читателей интерес к книжной продукции будет всего лишь данью моде. В данном случае мода может выступить в качестве своего рода агента культурного влияния, одной из социокультурных практик, активно воздействующих на поведение индивида в сфере чтения.

Анализ социокультурных практик повышения читательской активности молодежи в современных информационно-коммуникативных условиях показал сферы влияния всевозможных проявлений феномена моды и определил ведущую роль интернет-пространства как наиболее значимого канала распространения механизмов моды на чтение среди молодежи. Его коммуникационная составляющая позволяет сравнительно легко найти людей со схожими интересами и начать с ними общение, обходя различные психологические барьеры. Поэтому обсуждения книг в сетевом пространстве сегодня намного популярнее их аналогов в реальной жизни; анонимность, которую позволяет сохранять интернет, обеспечивает свободу от негативных оценок, личностных комплексов. При этом основная задача функционирования системы социокультурных практик повышения читательской активности молодежи должна базироваться на сохранении критического мышления у молодых читателей как основы развития их читательской культуры и культуры чтения в целом.

Книга в данном контексте представляется фундаментальным основанием культуры, ее текст – аутентичной, наиболее содержательной и программирующей субстанцией, культурным инвариантом, от которого в ходе интерпретационных изменений порождаются различные варианты; одним из наиболее эффективных выступает экранизация. В связи с этим профессиональное сообщество должно более полноценно использовать различные формы культурно-просветительной работы, включающие тематику взаимоотношений кино и литературы (киноклубы, семинары, открытые лекции, дискуссионные площадки, творческие встречи и пр.). При этом важно, чтобы комплекс мер по стимулированию читательской деятельности был выстроен в рамках модной коммуникации с активным вовлечением в этот процесс социально-психологических механизмов общения (заражения, подражания, внушения, убеждения) и более сложных образований социального взаимодействия – идентификации (уподобления себя другому, отождествления себя с ним) и конформности (податливости человека давлению группы, приводящей к изменениям в его поведении и установках). Для активации названных механизмов необходимы воздействующие субъекты, способные использовать их в целях стимулирования читательской активности; в качестве таковых могут выступить писатели, специалисты книгоиздания, книгораспространения, библиотечного дела, представители органов государственной власти, «медийные лица» различного рода, PR-технологи и сами читатели. Отметим, что речь идет именно о разработке особой социокультурной технологии, гибкой и эффективной, сочетающей «жесткий» инструментарий с «мягкими» формами неформального, опосредованного влияния.

Характеристика читающей молодежи как социально-демографической общности, дифференцированной принадлежностью к определенным субкультурам и интерпретативным сообществам, и изучение особенностей формирования читательской моды в данных сообществах также являлось одной из важнейших задач нашего исследования. Однако, исходя из заявленной проблематики, нам важно было охарактеризовать участников субкультур с читателеведческой точки зрения. Поэтому, взяв за основу признак принадлежности к книжно-читательской

среде, мы условно поделили существующие молодежные субкультуры на «читающие» и «нечитающие», не претендуя при этом на попытку классификации. Стоит уточнить, что в нашем понимании у представителей «нечитающих» субкультур присутствует читательская деятельность как таковая, но она не является приоритетной ценностью, основным атрибутом сообщества, определяющим его вкусы и пристрастия. Следовательно, такие молодежные субкультуры не входили в поле зрения наших исследовательских интересов, и акцент был сделан только на некоторых «читающих» субкультурах, к которым мы отнесли следующие: киберпанк, ванильки, нью-эйдж (new age), фуммри, ролевики, анимешники (отаку), толкинисты, поттероманы, лукьянисты, акунисты и др. Именно в них мы проследили действие социально-психологических механизмов коммуникативного взаимодействия, создающих определенные условия для развития моды на чтение. Указанные субкультуры имеют в своей структуре специфические атрибуты и определенные читательские предпочтения. Поэтому привлекая в свои ряды новых членов, участники сообществ посредством механизмов моды воздействуют на их читательскую активность, но только в рамках определенных установок, которые диктует соответствующая субкультура.

Существует и более частное культурное явление – интерпретативные сообщества, которые развиваются и функционируют внутри молодежных субкультур вследствие коммуникативного влияния читательской моды. Им свойственны демонстративность и избирательность по отношению к конкретным литературным произведениям, жанрам или авторам. Следовательно, в противоположность большинству мнений, понятия «субкультура» и «интерпретативные сообщества» синонимами не являются и соотносятся как базовое и производное понятия соответственно. Исходя из трактовки понятия, а также ограничиваясь рамками культуры чтения, подчеркнем, что в данном исследовании мы рассматривали интерпретативные сообщества, возникающие на литературно-текстуально-дискурсивной основе и ограниченные книжной средой.

Таким образом, на примере отдельных «читающих» субкультур видно, что чтение до сих пор остается одним из важнейших компонентов современной жизни

для разных молодежных групп и сообществ, так как влияет на социальную коммуникацию, является средством приобщения к культуре, расширяет кругозор и, наконец, служит средством развлечения. Однако мы убедились, что для молодежи в целом, субкультурных и интерпретативных сообществ в частности весьма влиятельны современные информационно-коммуникационные каналы и различные социально-психологические механизмы, которые посредством специфических способов и приемов формируют читательскую моду в кругу рассматриваемых молодежных объединений. Поэтому необходимо в дальнейшем изучать прежде всего систему ценностей молодежи, интересы и потребности молодого читателя, в том числе участника молодежных субкультур и интерпретативных сообществ; молодежную культуру в целом как многомерное явление и ее существование в культуре чтения, чтобы понять возможности стимулирования читательской активности молодежи и ее специфических групп посредством механизмов моды и интернет-технологий в системе социокультурных практик.

Попытка подобного анализа была предпринята в рамках проведенного эмпирического исследования, для которого была разработана авторская методика. В процессе самого исследования нами был собран и обобщен эмпирический материал, полученный с помощью анкетирования, контент-анализа, искусственно созданных ситуаций в процессе экспериментальной работы, а также путем анализа документации, статистических показателей и объективной ситуации, сложившейся в НБ ЮУрГУ.

В результате можно с уверенностью сказать, что в молодежной культуре чтение постепенно вновь возводится в ранг модных занятий, хотя об этом не говорится столь прямо и открыто. Оно до сих пор считается одним из важнейших компонентов современной жизни для молодежи в целом и ее субкультурных групп и сообществ в частности, так как влияет на социальную коммуникацию, является средством приобщения к культуре, расширяет кругозор и, наконец, служит средством развлечения. Однако мы убедились, что для рассматриваемых категорий читателей крайне влиятельны электронные каналы коммуникации и различные

социально-психологические механизмы (особенно тандем заражения и идентификации), которые посредством специфических способов и приемов формируют моду на чтение в кругу рассматриваемых молодежных категорий. Это подтверждает основную заявленную нами гипотезу исследования.

В части работы, посвященной вузовским библиотекам, основываясь на результатах нашего исследования, можно сделать вывод о том, что потенциал новых информационных технологий и интернета как основного канала модной коммуникации важно и нужно развивать в условиях вузовской библиотеки, особенно в работе с молодыми читателями. Необходимо дифференцировать работу по стимулированию читательской деятельности студентов исходя из возрастных особенностей, специфики учебного заведения, принадлежности к направлению или специальности обучения, а также в зависимости от субкультурных предпочтений. В частности, была подтверждена гипотеза о том, что молодые читатели вузовских библиотек чаще принадлежат к интерпретативным сообществам, связанным с книгой и чтением, чем к «некнижным» субкультурам.

Деятельность современной вузовской библиотеки видится как совокупность социокультурных практик информационно-образовательной и культурно-досуговой направленности, способствующих продвижению и распространению научных знаний, повышению читательской активности молодых людей, формированию и/или развитию их специфических компетенций, общей и читательской культуры в современных информационно-коммуникативных условиях, в том числе посредством стимулирующего влияния моды, ее каналов и механизмов.

Апробируемые нами в рамках экспериментальной работы социокультурные практики просветительной направленности были поделены на две группы: 1) популяризирующие только библиотеку, ее продукты и услуги (зонирование на «тихие» и «громкие» участки; игровые акции (включая социальные сети): конкурсы, викторины, вечера настольных игр; музыкальные перформансы; экскурсии, PR-кампании и т. д.); 2) стимулирующие читательскую активность молодежи и включающие продвижение бренда библиотеки (лекции, семинары,

тренинги, дискуссионные площадки; организация доступа, в том числе удаленного, к электронным образовательным и научным ресурсам и базам данных; обзоры, выставки и просмотры литературы; книжные вечера; встречи с писателями; квесты; информационное наполнение групп в социальных сетях; литературно-кинематографический клуб и др.).

По результатам проведенных нами исследований можно сделать вывод о том, что социокультурные практики повышения читательской активности в совокупности с потенциалом новых информационных технологий и интернета как основного канала модной коммуникации важно и нужно развивать в условиях вузовской библиотеки, особенно в работе с молодыми читателями. Необходимо дифференцировать просветительную деятельность среди студентов исходя из возрастных особенностей, специфики учебного заведения, принадлежности к направлению или специальности обучения, а также в зависимости от их субкультурных предпочтений. Важен статистический анализ сетевых ресурсов с точки зрения частоты использования и количества молодых людей, которые представляют различные возрастные и социокультурные группы. Кроме того, необходима мониторинговая деятельность, охватывающая комментарии и суждения читателей о литературе.

Постоянная исследовательская деятельность, отражающая реальную картину чтения, а не мнения, домыслы и стереотипы профессионального сознания, должна быть нормой для любой вузовской библиотеки, основой для принятия решений по использованию наиболее социокультурных практик повышения читательской активности пользователей и использованию социально-психологических механизмов общения, эффекта моды.

Таким образом, вузовская библиотека является одним из важнейших институтов формирования культуры чтения, поэтому она должна быть привлекательным местом для общения, культурного проведения досуга молодых людей, их творческой самореализации. Сейчас в нашей стране и за рубежом ведется поиск наиболее актуальных социокультурных практик библиотечного воздействия, и, как показали результаты проведенного исследования, сегодняшние

приоритеты должны быть связаны с максимальным использованием сетевых технологий и социально-психологических механизмов моды, направленных на вовлечение молодых читателей (тем более – студентов) в информационное и библиотечное пространства, формируя у них устойчивую привычку к развивающему, осмысленному чтению.

Проведенные нами исследования показали, что обозначенные социально-психологические механизмы становятся действенным стимулом обращения к литературе и повышения качества ее восприятия при условии тщательной разработки системы усилий по формированию моды в сфере чтения на основе психолого-педагогических экспериментов, рекламных усилий, при включенности наиболее значимых для той или иной категории читателей коммуникационных каналов. Экспериментальная работа выявила настоятельную необходимость проведения дальнейших исследований феномена моды, которые выявят все многообразие ее проявлений в чтении, позволят проникнуть в глубинные механизмы модообразования в различных читательских сообществах, помогут найти новые, нетрадиционные технологии стимулирования читательской деятельности молодежи (равно как и иных групп читателей) с использованием наиболее действенных социально-психологических приемов воздействия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аброзе, Е. А. Индустрия моды в глобализации культуры [Текст] : дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / Е. А. Аброзе. – Санкт-Петербург, 2006. – 168 с.
2. Абросимов, В. В. Молодежные субкультуры в процессе развития и идентификации [Текст] : дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / В. В. Абросимов. – Краснодар, 2006. – 150 с.
3. Академик [Электронный ресурс] : [портал] / [администрация портала]. – [Б. м. : б. и.], сор. 2000 – 2017. – Режим доступа: goo.gl/Z81nKV. – Дата обращения: 17.12.2017.
4. Аксаков, К. С. О некоторых современных собственно литературных вопросах [Текст] / К. С. Аксаков // Эстетика и литературная критика / К. С. Аксаков ; [сост., подгот. текста, вступ. ст., коммент. В. А. Кошелева]. – Москва : Искусство, 1995. – С. 43 – 74.
5. Алексеева, Н. Д. Особенности организации и проведения квест-экскурсии [Электронный ресурс] / Н. Д. Алексеева, Н. В. Никитина // Россия-Казахстан: приграничное сотрудничество, музейно-туристический потенциал, проекты и маршруты к событиям мирового уровня : сб. ст. / Самар. гос. эконом. ун-т. – Самара : [б. и.], 2016. – Режим доступа: goo.gl/3zzCsD. – Дата обращения: 17.12.2017.
6. Анцыферова, Л. И. Развитие личности и проблемы геронтопсихологии [Текст] / Л. И. Анцыферова. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Москва : Ин-т психологии РАН, 2006. – 510, [1] с.
7. Аскарова, В. Я. Возможности институционального влияния на моду в чтении [Текст] / В. Я. Аскарова, И. Ю. Матвеева // Мода в книжной культуре: границы дозволенного : сб. науч. ст. / Челяб. гос. акад. культуры и искусств ; науч. ред., сост. В. Я. Аскарова. – Челябинск : [б. и.], 2010. – С. 33 – 63.
8. Аскарова, В. Я. Возможности искусствоведческого, социологического, культурологического и иных подходов к исследованию читательской и литературной моды [Текст] / В. Я. Аскарова // Вестник Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – 2009. – № 3. – С. 105 – 119.

9. Аскарова, В. Я. Динамика концепции российского читателя (конец Х-начало XXI вв.) [Текст] : монография / В.Я. Аскарова. – Челябинск : [б. и.], 2003. – 426 с.
10. Аскарова, В. Я. Динамика концепции российского читателя: конец Х – начало XXI вв. [Текст] : дис. ... д-ра филол. наук : 05.25.03 / В. Я. Аскарова. – Санкт-Петербург, 2004. – 438 с.
11. Аскарова, В. Я. Изучение читателей в контексте социальной и культурной ситуаций [Текст] / В. Я. Аскарова // Вестник Челяб. гос. ун-та. – 2000. – № 1. – С. 108 – 120.
12. Аскарова, В. Я. Изучение читательской моды как средство совершенствования руководства чтением художественной литературы [Текст] : дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03 / В. Я. Аскарова. – Ленинград, 1984. – 251 с.
13. Аскарова, В. Я. Многообразие проявлений феномена моды в чтении: эволюция представлений и научных подходов [Текст] / В. Я. Аскарова // Чтение. XXI век : коллект. монография / науч. ред.-сост. В. Я. Аскарова ; Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск : [б. и.], 2014. – С. 124 – 145.
14. Аскарова, В. Я. Мода как инструмент стимулирования чтения молодежи: возможности сети Интернет [Текст] / В. Я. Аскарова, Д. М. Хафизов // Молодежь в науке и культуре XXI века : материалы междунар. науч.-творч. Форума (Челябинск, 6-8 ноября 2014 г.) : в 2 т. / сост. Е. В. Швачко ; Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск : [б. и.], 2014. – Т. 1. – С. 79 – 85.
15. Аскарова, В. Я. Подросток и взрослые: трудный диалог по поводу книги [Текст] / В. Я. Аскарова, Н. К. Сафонова // Библиотека. – 2007. – № 1. – С. 34 – 36.
16. Аскарова, В. Я. Развитие взглядов на моду в чтении: от эстетико-педагогического подхода к междисциплинарному [Текст] / В. Я. Аскарова // Вестник Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – 2012. – № 2 (30). – С. 74 – 82.
17. Аскарова, В. Я. Читающий подросток в мире взрослых: поиски гармонии [Электронный ресурс] / В. Я. Аскарова, Н. К. Сафонова // Научно-

методический отдел / Рос. гос. дет. б-ка. – Москва : [б. и.], сор. 2004 – 2006. – Режим доступа: goo.gl/koKoQq. – Дата обращения: 17.12.2017.

18. Аскарлова, В. Я. Читающий подросток в фокусе разнообразных представлений [Текст] / В. Я. Аскарлова // Чтение в библиотеках России. Исследовательские проекты библиотек по чтению : материалы Всерос. конф. / Рос. нац. б-ка. – Санкт-Петербург : [б. и.], 2007. – Вып. 7. – С. 90 – 94.

19. Аскарлова, В. Я. Читающий подросток в фокусе разнообразных представлений [Электронный ресурс] / В. Я. Аскарлова, Н. К. Сафонова // Library.ru / Рос. государственная библиотека для молодежи. – [Б. м. : б. и.]. – Режим доступа: goo.gl/8vyF7d. – Дата обращения: 17.12.2017.

20. Ачкасова, Г. Л. Диалог искусств в системе школьного литературного образования [Текст] : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.02 / Г. Л. Ачкасова. – Санкт-Петербург, 2000 – 367 с.

21. Бажанов, П. Новая структура Государственного совета КНР [Электронный ресурс] / Павел Бажанов // CNLegal.ru : Блог о законодательстве Китая / Павел Бажанов. – [Б. м. : б. и.], 2013. – 15 марта. – Режим доступа: goo.gl/6xMMWB. – Дата обращения: 17.12.2017.

22. Балика, Д. А. Библиологическая социология: определение, предмет, методы [Текст] / проф. Д. А. Балика. – Москва : [б. и., 1934]. – [30] с.

23. Банк, Б. В. Изучение читателей в России (XIX век) [Текст] / Б. В. Банк. – Москва : Книга, 1969. – 262 с.

24. Барроу, К. Курс выживания интернет-компании [Текст] / К. Барроу. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2001. – 341 с.

25. Беленцов, С. И. Читательская активность как социально-педагогический феномен [Текст] / С. И. Беленцов, О. Н. Малыгина // Известия Юго-Запад. гос. ун-та. Сер., Лингвистика и педагогика. – 2016. – № 3(20) – С. 115 – 125.

26. Беляев, И. А. Культура, субкультура, контркультура [Текст] / Беляев И. А., Беляева Н. А. // Духовность и государственность : сб. науч. ст. / под ред. И. А. Беляева ; филиал Урал. акад. гос. службы в г. Оренбурге. – Оренбург : [б. и.], 2002. — Вып. 3. – С. 5 – 18.

27. Бессонова, А. А. Молодежь как социальная общность постиндустриальной информационной реальности [Текст] / А. А. Бессонова // Вестник Томск. гос. ун-та. – 2012. – № 7. – С. 270 – 276.
28. Бобина, Т. О. Фактор моды в жанровых предпочтениях детских авторов рубежа XX–XXI веков [Текст] / Т. О. Бобина // Мода в книжной культуре: границы дозволенного : сб. науч. ст. / Челяб. гос. акад. культуры и искусств ; науч. ред., сост. В. Я. Аскарлова. – Челябинск : [б. и.], 2010. – С. 99 – 112.
29. Бодрийяр, Ж. Общество потребления: его мифы и структуры [Текст] / Жан Бодрийяр ; [пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской]. – Москва : Республика : Культур. революция, 2006. – 268, [1] с.
30. Бодрийяр, Ж. Система вещей [Текст] : [пер. с фр.] / Жан Бодрийяр. – Москва : Рудомино, 1995. – 168, [4] с.
31. Бологова, М. А. Стратегии чтения в контексте художественного повествования [Текст] : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.08 / М. А. Бологова. – Кемерово, 2000. – 204 с.
32. Борисов, Б. Л. Технологии рекламы и PR [Текст] / Б. Л. Борисов. – Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 626 с.
33. Бородина, В. А. Воспроизводство культуры чтения в России: современное состояние и перспективы [Текст] / В. А. Бородина // Поддержка и развитие чтения в библиотечном пространстве России : сб. научно-практ. работ / Межрегион. центр. библиотеч. сотрудничества. – Москва : [б. и.], 2007. – С. 19 – 30.
34. Бородина, В. А. Читательская деятельность: теоретический аспект [Текст] / В. А. Бородина // Психология чтения и проблемы типологии читателей : сб. науч. тр. / Ленингр. гос. ин-т культуры им. Н. К. Крупской. – Ленинград : [б. и.], 1984. – Т. 90. – С. 6 – 28.
35. Брейк, М. Сравнительная молодежная культура [Электронный ресурс] / Майкл Брейк // Regioncentre.ru / Науч.-исслед. центр «Регион». – [Б. м. : б. и.], 2012. – Режим доступа: goo.gl/GRk117. – Дата обращения: 17.12.2017.

36. Вангородская, С. А. Мода как фактор социализации студенческой молодежи [Текст] : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.06 / С. А. Вангородская. – Белгород, 2002. – 183 с.
37. Ванеев, А. Н. Библиотекосведение в России в первой половине XIX века [Текст] / А. Н. Ванеев. – Санкт-Петербург : СПб гос. акад. культуры, 1995. – 60 с.
38. Ванеев, А. Н. Развитие библиотекосведческой мысли в СССР (1917-1959) [Текст] / А. Н. Ванеев. – Москва : Книга, 1980. – 232 с.
39. Василенко, Л. А. Интернет в информатизации государственной службы России: социальные аспекты [Текст] : монография / Л. А. Василенко. – Москва : Рос. акад. гос. службы, 2000. – 251 с.
40. Веблен, Т. Теория праздного класса [Текст] : пер. с англ. / Т. Веблен ; вступ. ст. С. Г. Сорокиной. – Москва : Прогресс, 1984. – 367 с.
41. Вершинина, Е. И. Стимулирование читательской активности школьников в процессе изучения литературного произведения [Текст] : дис. ... канд. пед. наук : / Е. И. Вершинина. – Ленинград, 1984. – 209 с.
42. Винтерле, И. Д. Роль кинематографа в развитии современной литературы фэнтези [Текст] / И. Д. Винтерле // Вестник Нижегород. гос. ун-та им. Н. И. Лобачевского. – 2010. – № 4 (2). – С. 827 – 829.
43. Владимир Мединский встретился с популярными интернет-блогерами [Электронный ресурс] / Министерство культуры Рос. Федерации (Минкультуры России) // Министерство культуры Российской Федерации : офиц. сайт / Министерство культуры Российской Федерации. – Москва : [б. и.], сор. 2004 – 2017. – Режим доступа: goo.gl/Aibdbz. – Дата обращения: 17.12.2017.
44. Волкова, В. В. Типология субкультур общества: критерии и подходы [Текст] / В. В. Волкова // Вестник Костром. гос. ун-та им. Н. А. Некрасова. – 2013. – № 6. – С. 166 – 168.
45. Волохов, М. Русское студенчество [Текст] / Марк Волохов. – Санкт-Петербург : Издат. контора Г. П. Нарусбека, 1906. – 29 с.

46. Воробьева, К. И. Отечественная библиологическая психология: история, состояние, перспективы [Текст] : дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.01 / К. И. Воробьева. – Хабаровск, 1996. – 411 с.
47. Выдрин, Р. Основные моменты студенческого движения в России [Текст] / Р. Выдрин ; вступ. ст. В. М. Фриче. – Москва : Изд-во «Студен. голос», 1908. – 86 с.
48. Галактионова, Т. Г. Чтение школьников как социально-педагогический феномен открытого образования [Текст] : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.01 / Т. Г. Галактионова. – Санкт-Петербург, 2008. – 430 с.
49. Галицкий, Е. Кто и как любит читать книги: исследование фонда «Общественное мнение» [Электронный ресурс] / Е. Галицкий, И. Пирожкова, В. Руденко // ФОМ / Фонд «Общественное мнение». – [Б. м. : б. и.], 2014. – 18 нояб. – Режим доступа: goo.gl/wUTco3. – Дата обращения: 17.12.2017.
50. Гиляров-Платонов, Н. П. Университетский вопрос [Текст] / Н. П. Гиляров-Платонов ; изд. К. П. Победоносцева. – Санкт-Петербург : типогр. А. С. Суворина, 1903. – 290 с.
51. Государственные и муниципальные образовательные организации высшего образования (на начало учебного года) [Электронный ресурс] / Территор. орган Федер. службы гос. статистики по Челяб. области // Chelstat.gks.ru / Территор. орган Федер. службы гос. статистики по Челяб. области. – Челябинск : [б. и., не ранее 2016]. – Режим доступа: goo.gl/FNn854. – Дата обращения: 17.12.2017.
52. Гофман, А. Б. Мода и люди: новые теории моды и модного поведения [Текст] / А. Б. Гофман. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : КДУ, 2010 – 228 с.
53. Грачев, А. Каждый седьмой британский подросток не бывал в книжном магазине [Электронный ресурс] / Грачев Андрей // Pro-Books.ru / администрация сайта. – [Б. м. : б. и.], 2012. – 25 дек. – Режим доступа: goo.gl/eWWnf1. – Дата обращения: 17.12.2017.
54. Грачев, А. Стартовал новый книжный проект «Книги в открытках» [Электронный ресурс] / Грачев Андрей // Pro-Books.ru / администрация сайта. – [Б.

м. : б. и.], 2014. – 26 нояб. – Режим доступа: goo.gl/XJ9mNd. – Дата обращения: 17.12.2017.

55. Грусман, М. В. Мода как феномен культуры и средство социокультурной коммуникации [Текст] : автореф. дис. ... канд. культурологи : 24.00.01 / М. В. Грусман. – Санкт-Петербург, 2010. – 22 с.

56. Гудков, Л. Д. Литература и общество. Введение в социологию литературы [Текст] / Л. Гудков, Б. Дубин, В. Страда. – Москва : РГГУ : Ин-т европ. культур, 1998. – 76, [1] с.

57. Гудова, М. Ю. Актуальность и перспективность анализа чтения в методологии культурных практик / М. Ю. Гудова // Чтение в XXI веке: традиции и тенденции : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 29-30 мая 2014 г.) / Свердлов. обл. универс. науч. б-ка им. В. Г. Белинского. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – С. 33 – 37.

58. Гудова, М. Ю. Современное чтение как деятельность, культурная практика и социальный институт [Текст] / М. Ю. Гудова // Вестник Челяб. гос. ун-та. – 2011. – № 30. – С. 100 – 104.

59. Гудова, М. Ю. Чтение в эпоху постграмотности: культурологический анализ [Текст] : дис. ... д-ра культурологии : 24.00.01 / М. Ю. Гудова. – Екатеринбург, 2015. – 328 с.

60. Гуревич, П. С. Субкультура [Текст] / П. С. Гуревич // Культурология. XX век : энциклопедия : в 2 т. – Санкт-Петербург : Университ. кн. : Алетейя, 1998. – Т. 2. – С. 236.

61. Гусев, А. Ф. Студенческие волнения в России и славянский вопрос [Текст] / проф. А. Ф. Гусев. – Санкт-Петербург : тип. А. П. Лопухина, 1901. – 23 с.

62. Дебердеева, Т. Х. К вопросу о стратегиях смыслового чтения [Текст] / Т. Х. Дебердеева // Читательская компетентность для XXI века / Владимир. ин-т развития образования им. Л.И. Новиковой. – Владимир : [б. и.], 2015. – С. 74 – 81.

63. Денисов, К. И. Всеобщее обучение [Текст] : сб. законов и правительств. распоряжений / сост. К. Денисов. – Санкт-Петербург : тип. П. П. Сойкина, 1913 – 1916. – Вып. 1 – 3.

64. Доклад о человеческом развитии 2016. Человеческое развитие для всех и каждого [Текст] : пер. с англ. / Программа развития ООН. – Москва : Весь Мир, 2017. – 284 с.
65. Достоевский, Ф. М. Братья Карамазовы [Текст] : роман / Ф. М. Достоевский. – Санкт-Петербург : Азбука-классика, 2010. – 894, [1] с.
66. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизм и защита [Текст] / Е. Л. Доценко. – Москва : ЧеРо, 1997. – 342, [1] с.
67. Дрешер, Ю. Н. Некоторые аспекты социальной роли литературы и механизмы психологического воздействия текста на личность. Современный взгляд на культуру чтения [Текст] / Ю. Н. Дрешер // Науч. и техн. б-ки. – 2004. – № 8. – С. 31 – 43.
68. Дубин, Б. В. Чтение в России–2008. Тенденции и проблемы [Текст] / Б. В. Дубин, Н. А. Зоркая ; Федер. агентство по печати и масс. коммуникациям. – Москва : Межрегион. центр библиотеч. сотрудничества, 2008. – 80 с.
69. Еникеев, А. А. Стратегия и тактика чтения «великих книг»: (философский и культурологический аспекты) [Текст] / А. А. Еникеев // Чтение в XXI веке: традиции и тенденции : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 29-30 мая 2014 г.) / Свердлов. обл. универс. науч. б-ка им. В. Г. Белинского. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – С. 50 – 55.
70. Еремеева, В. Ф. Современная молодежная субкультура: без ценностей [Текст] / Еремеева В. Ф., Гончаренко К. Н. // Система ценностей современного общества. – 2011. – № 17 (2). – С. 123 – 125.
71. Ермоленко, В. А. Чтение в контексте формирования и развития функциональной грамотности [Текст] / В. А. Ермоленко // Чтение. XXI век : коллект. монография / науч. ред.-сост. В. Я. Аскарлова ; Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск : [б. и.], 2014. – С. 178 – 190.
72. Жинкин, Н. И. Речь как проводник информации [Текст] / Н. И. Жинкин ; [предисл.: Р. Г. Котова, А. И. Новикова]. – Москва : Наука, 1982. – 159 с.

73. Загидуллина, М. В. Подростки: чтение и Интернет в повседневной жизни [Текст] / М. В. Загидуллина // Социологические исследования. – 2016. – № 5(385). – С. 115 – 123.

74. Загидуллина, М. В. Будущее чтения: неизбежность смены технологии вчитывания технологией считывания [Текст] / М. В. Загидуллина // Книжная культура региона: исторический опыт и современная практика : материалы III Всерос. (с международ. участием) науч. конф. (Челябинск, 23 апреля 2014 г.) / Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск : [б. и.], 2014. – С. 326 – 329.

75. Закирова, А. Ф. Педагогическая герменевтика: концептуальные основания, социокультурное значение, область применения [Текст] / А. Ф. Закирова // Специфика педагогического образования в регионах России. – 2011. – № 1. – С. 10 – 15.

76. Занько, Н. «Вложите в рекламу книги столько же, сколько в iPhone 7, – и читать будут все». Почему мы отказались от книг ради статусов в соцсетях? [Электронный ресурс] / Н. Занько // Onliner : сайт / ред. сайта. – [Б. м. : б. и.], 2016. 25 нояб. – Режим доступа: goo.gl/nEXRuw. – Дата обращения: 17.12.2017.

77. Зиммель, Г. Избранное [Текст] : [в 2 т.] / [сост.: С. Я. Левит, Л. В. Скворцов ; отв. ред. Л. Т. Мильская]. – Москва : Юристъ, 1996. – Т. 2 : Созерцание жизни / [пер.: М. И. Левина [и др.]]. – 1996. – 607 с.

78. Змеев, В. А. Российское студенчество на рубеже XIX – XX веков [Текст] / В. А. Змеев // Рос. науч. журн. – 2014. – № 3 (41). – С. 25 – 37.

79. Зомбарт, В. Народное хозяйство и мода. К вопросу о современных формах потребностей [Текст] / [соч.] Вернера Зомбарта ; пер. с нем. Э. М. Зиновьевой ; под ред. А. А. Крогиуса. – Санкт-Петербург : тип. Брокгауз-Ефрон, 1904. – 28, [2] с.

80. Зубанова, Л. Б. Практики чтения в социализации подростков [Текст] / Л. Б. Зубанова // Чтение на Евразийском перекрестке : третий Международ. интеллект. форум (Челябинск, 24-25 сент. 2015 г.) / Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск : ЧГАКИ, 2015. – С. 180 – 182.

81. Зубров, Ю. С. Информация и информационная культура [Текст] / Ю. С. Зубов // Проблемы информационной культуры : сб. ст. / Международ. акад. информатизации. – Москва : [б. и.], 1994. – С. 6 – 11.
82. Иванова, Г. А. Образование библиотекарей как специалистов по работе с детьми [Текст] / Г. А. Иванова. – Москва : Изд-во Москов. гос. ун-т культуры и искусств, 2002. – 254 с.
83. Иконникова, С. Н. Мода как стимул и соблазн потребления [Текст] / С. Н. Иконникова // Вестник СПб. Гос. ун-та культуры и искусств. – 2016. – № 3 (28). – С. 55 – 58.
84. Индикаторы образования 2016 [Текст] : стат. сб. / Л. М. Гохберг [и др.] ; Нац. исслед. ун-т «Высш. школа экономики». – Москва : НИУ ВШЭ, 2016. – 320 с.
85. История русского читателя [Текст] / науч. ред. И. Е. Баренбаум. – Ленинград : [б. и.], 1973. – Вып. 1. – 191 с. – (Труды / М-во культуры РСФСР, Ленингр. гос. ин-т культуры им. Н. К. Крупской).
86. История чтения в западном мире от Античности до наших дней [Текст] / Всерос. б-ка иностранной лит. им. М. И. Рудомино ; [авт. ст.: Й. Свенбро [и др.] ; пер. с фр.: М. А. Руновой [и др.]]. – Москва : Фаир, 2008. – 542, [1] с.
87. Казаринова, И. Н. Библиотерапия как теория и практика формирования информационно-психологического здоровья [Текст] / И. Н. Казаринова // От Года литературы – к веку чтения : коллект. монография / [науч. ред.-сост. В. Я. Аскарова]. – Изд. доп. и перераб. - Москва : Меж-рег. центр библиотеч. сотрудничества, 2016. – С. 155 – 172.
88. Как пройти в библиотеку? [Электронный ресурс] : пресс-выпуск № 2850 / Всерос. центр изучения обществ. мнения // ВЦИОМ / Всерос. центр изучения обществ. мнения. Москва : [б. и.], –2015. – 8 июня. – Режим доступа: goo.gl/Тро2ZG. – Дата обращения: 17.12.2017.
89. Какова же наша молодёжь? [Текст] : сб. ст. / под ред. С. И. Гусева. – Москва ; Ленинград : Гос. изд-во, 1927. – 205 с.

90. Калашникова, С. И. Медиация в сфере гражданской юрисдикции [Текст] / С. И. Калашникова. – Москва ; Берлин : Инфотропик Медиа, 2011. – 284 с.
91. Кант, И. Собрание сочинений [Текст] : в 8 т. : юбил. изд. 1794-1994 : [пер. с нем.] / Иммануил Кант ; под общ. ред. А. В. Гулыги. – Москва : ЧОРО, 1994. – Т. 8 : Статьи ; Лекции ; Избранные письма ; Из рукописного наследия. – 717, [1] с.
92. Караваева, Я. В. Культурно-просветительская деятельность в медиaprостранстве [Текст] / Я. В. Караваева // Человек в мире культуры. – 2015. – № 1. – С.58 – 61.
93. Килошенко, М. И. Психология моды: теоретический и прикладной аспекты [Текст] / М. И. Килошенко. – Санкт-Петербург : [б. и.], 2001. – 192 с.
94. Киняев, И. Как блогеры российского Ютуба будут возвращать интерес к книгам. И выйдет ли что-нибудь из этой затеи [Электронный ресурс] / И. Киняев // Мел : блог / гл. ред. Н. Белоголовцев. – Москва : [б. и.], сор. 2017. – Режим доступа: goo.gl/bbipgJ. – Дата обращения: 17.12.2017.
95. Киров, С. М. О молодежи [Текст] / С. М. Киров. – Москва : Изд-во ЦК ВЛКСМ «Мол. гвардия», 1938. – 245 с.
96. Книга и чтение в жизни небольших городов [Текст] / Гос. ордена Ленина б-ка СССР им. В. И. Ленина. – Москва : Книга, 1973. – 328 с.
97. Книга и чтение в жизни советского села: проблемы и тенденции [Текст] / Гос. ордена Ленина б-ка СССР им. В. И. Ленина. – Москва : Книга, 1978. – 181 с.
98. Колесникова, О. Г. Государственная политика преодоления кризиса чтения: зарубежный опыт [Электронный ресурс] / О. Г. Колесникова // Национ. б-ка Удмурт. республики. – Ижевск : [б. и.], 2014. – 14 нояб. – Режим доступа: goo.gl/osVm99. – Дата обращения: 17.12.2017.
99. Колесникова, О. И. Художественный модус языка и языковая компетенция ребенка [Текст] : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01, 10.02.19 / О. И. Колесникова. – Киров, 2006. – 434 с.

100. Колин, К. К. Структура реальности и феномен информации [Текст] / К. К. Колин // Открытое образование. – 2008. – № 5. – С. 56 – 61.
101. Кон, И. С. Молодежь [Текст] / И. С. Кон // Большая советская энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – Москва : Сов. энцикл., 1974. – Т. 16. – 616 с.
102. Конева, А. В. Fashion curation: от мифа – к перформансу [Текст] / А. В. Конева // Международный журнал исследований культуры. – 2013. – № 1(10). – С. 126 – 131.
103. Конева, А. В. Визуальные практики моды [Текст] / А. В. Конева // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – Т. 1, № 3. – С. 223 – 227.
104. Конева, А. В. Нарративы идентичности: модные блоги в пространстве сети [Текст] / А. В. Конева // Вопросы культурологии. – 2015. – № 4. – С. 78 – 82.
105. Коул, Дж. Библиотека конгресса и пропаганда книги, чтения и книжной культуры [Текст] / Дж. Коул // Библиотекосведение и библиография за рубежом. – 1994. – № 137. – С. 25 – 37.
106. Кошелев, А. В. ОАЭ открылась библиотека для отдыхающих на пляже [Электронный ресурс] / Алексей Кошелев // ТАСС : информ. агентство России. – Москва : [б. и.], 2014. – 3 мая. – Режим доступа: goo.gl/RzQ4iP. – Дата обращения: 17.12.2017.
107. Крейденко, В. С. Библиотечные исследования [Текст] : учеб.-метод. пособие / В. С. Крейденко. – Москва : Рус. школ. библ. ассоц, 2007. – 352 с.
108. Куно, К. Чтение во Франции [Текст] / Катрин Куно ; Фр. культ. центр в России, Всерос. гос. б-ка иностр. лит. им. М. И. Рудомино. – Москва : Рудомино, 1992. – 23 с.
109. Курчашова, Т. В. Социодинамика субкультуры: сущность, атрибуты, социальные роли [Текст] : дис. ... канд. социол. наук : 22.06.02 / Т. В. Курчашова. – Тамбов, 2004. – 207 с.
110. Куфаев, М. Н. История русской книги XIX века [Текст] / М. Н. Куфаев – Ленинград : Начатки знаний, 1927. – 354 с.

111. Лаврова, К. Б. Мода в современной архитектуре и дизайне библиотек [Текст] / К. Б. Лаврова // Мода в книжной культуре: границы дозволенного : сб. науч. ст. / Челяб. гос. акад. культуры и искусств ; науч. ред., сост. В. Я. Аскарлова. – Челябинск : [б. и.], 2010. – С. 157 – 167.
112. Левикова, С. И. Молодежная субкультура [Текст] / С. И. Левикова. – Москва : ФАИР ПРЕСС, 2004. – 381 с.
113. Леонов, С. А. Речевая деятельность на уроках литературы в старших классах [Текст] : метод. приемы твор. изуч. лит. / С. А. Леонов. – Москва : Флинта : Наука, 1999. – 222, [2] с.
114. Леонтьев, А. Н. Деятельность. Сознание. Личность [Текст] / А. Леонтьев. – Москва : Прогресс, 1983. – 365 с.
115. Леонтьев, В. Г. Мотивация и психологические механизмы её формирования [Текст] / В. Г. Леонтьев. – Новосибирск : [б. и.], 2002. – 261, [1] с.
116. Леонтьев, А. А. Язык, речь, речевая деятельность [Текст] / А. А. Леонтьев. – Изд. 3-е, стер. – Москва : URSS, 2005. – 211, [2] с.
117. Литературное чтение. 2 класс [Текст] : дидакт. материалы / [авт.-сост. О. В. Джежелей]. – Москва : Дрофа, 2008. – 110, [1] с.
118. Льюис, М. NEXТ. Будущее уже началось [Текст] / М. Льюис. – Санкт-Петербург : Крылов, 2004. – 272 с.
119. Мазай, Л. Ю. Организация культурно-просветительской деятельности в республике Хакасия с учетом региональной культурной образовательной среды [Текст] / Л. Ю. Мазай // Вестник Том. Гос пед. ун-та. – 2013. – № 9 (137). – С. 167 – 170.
120. Мангейм, К. Очерки социологии знания. Проблема поколений – состоятельность – экономические амбиции [Текст] / Карл Мангейм ; [пер. с англ. Е. Я. Додина] ; Рос. акад. наук, Ин-т науч. информ. по обществ. наукам. – Москва : ИНИОН РАН, 2000. – 162 с.
121. Мангуэль, А. История чтения [Текст] / А. Мангуэль. – Москва : Юнгер ; Екатеринбург : У-Фактория, 2008. – 381 с.

122. Маркс, К. О молодежи [Текст] : [сборник] / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Москва : Прогресс, 1982. – 368 с.
123. Материалы по истории студенческого движения в России [Текст] / [аноним]. – Лондон ; Санкт-Петербург : Свобод. мысль, 1906. – Вып. 1 – 2.
124. Медведева, Е. Г. Читательская деятельность: к определению содержания понятия и критериев оценивания [Текст] / Е. Г. Медведева // На путях к новой школе. – 2015. – № 3. – С. 90, 91.
125. Мелентьева, Ю. П. От нации читателей к нации зрителей. Эволюция чтения и его изучения [Текст] / Ю. П. Мелентьева // Библиодело. – 2006. – № 10. – С. 2 – 6.
126. Мережкина, М. С. Медиация как альтернативный способ разрешения правовых конфликтов [Текст] / М. С. Мережкина, Н. Н. Мясоедова. – Волгоград : Бланк, 2011. – 88 с.
127. Михайловский, Н. К. Литература и жизнь (Письма о разных разностях) [Текст] / Н. К. Михайловский. – Санкт-Петербург : тип. газ. «Новости», 1892. – 394 с.
128. Молодежь России 2000-2025: развитие человеческого капитала [Электронный ресурс] : аналит. докл. / Рос. акад. народ. хозяйства и гос. службы при Президенте Рос. Федерации // Росмолодежь. – [Б. м. : б. и.]. – Режим доступа: goo.gl/LSemGJ. – Дата обращения: 17.12.2017.
129. Морозова, С. А. История развития культурно-просветительской деятельности в отечественном образовании (конец XVIII – начало XXI века) [Текст] / С. А. Морозова // ЧиО. – 2013. – № 4 (37). – С.174 – 179.
130. Мысли о студенчестве в русских университетах. (Из воспоминаний о недавнем прошлом) [Текст] / [аноним]. – Одесса : тип. «Рус. речи», 1908. – 20 с.
131. Недвецкая, М. Н. Педагогические условия активизации читательской деятельности подростков в учебно-воспитательном процессе [Текст] : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / М. Н. Недвецкая. – Москва, 2003. – 246 с.
132. Новейший философский словарь [Текст] / [гл. науч. ред. и сост. Грицанов А. А.], – 3-е изд., испр. – Минск : Кн. дом. 2003. – 1280 с.

133. Новеллизация [Электронный ресурс] / Wikimedia Foundation, Inc. // Википедия. Свободная энциклопедия / Wikimedia Foundation, Inc. – [Б. м. : б. и.], cop. 2001 – 2017. – Режим доступа: goo.gl/lpLks9. – Дата обращения: 17.12.2017.
134. О библиотечном деле [Электронный ресурс] : федер. закон № 78-ФЗ от 29.12.1994: в ред. от 08.06.2015 / [принят ГД РФ 23.11.1994] // Техэксперт: электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. – Москва : [б. и.], 2015. – Режим доступа: goo.gl/z7Lnq1. – Дата обращения: 17.12.2017.
135. О литературе, писателях и читателях [Текст] : сб. ст. памяти Г. Н. Ищука / Твер. гос. ун-т ; [ред.-сост. М. В. Строганов]. – Тверь : Твер. Гос. ун-т, 1994. – 102, [2] с.
136. Общественное мнение – 2011 [Текст] / [сост. Н. Зорская]. – Москва : Левада-Центр, 2012. – 284 с.
137. Ольденбург, Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества [Текст] / Рэй Ольденбург ; пер. с англ. А. Широкановой. – Москва : Нов. лит. обозрение, 2014. – 456 с.
138. Ольшанский, Д. В. Психология масс [Текст] / Д. В. Ольшанский. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 368 с.
139. Омельченко, Е. Л. Молодежные культуры и субкультуры [Текст] / Е. Л. Омельченко. – Москва : Изд-во «Ин-т социологии РАН», 2000. – 264 с.
140. Оперативная стратегия ЮНЕСКО в отношении молодежи на 2014–2021 гг. [Электронный ресурс] / Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры // UNESCO. – [Б. м. : б. и.], 2014. – Режим доступа: goo.gl/tRnTQH. – Дата обращения: 17.12.2017.
141. Орлова, Э. А. Рекомендации по повышению уровня читательской компетентности в рамках Национальной программы поддержки и развития чтения [Текст] / Э. А. Орлова. – Москва : Межрегион. центр библиотечного сотрудничества, 2008. – 72 с.

142. Ортега-и-Гассет, Х. Что такое философия? [Текст] : [сборник : перевод] / Х. Ортега-и-Гассет ; [АН СССР, Ин-т философии]. – Москва : Наука, 1991. – 403, [2] с.
143. Павлова, А. Ю. Мировоззренческие основы субкультур в современной России [Текст] : автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / Павлова А. Ю. – Челябинск, 2012. – 22 с.
144. Палмер, Т. Программы развития читателя в Великобритании – история вопроса и определение понятия [Текст] / Т. Палмер // Как разорвать замкнутый круг. Поддержка и развитие чтения: проблемы и возможности : науч.- практ. сб. / сост.: Е.И. Кузьмин, О.К. Громова. – Москва : Межрегион. центр библиотечного сотрудничества, 2007. – С. 86 – 109.
145. Парыгин, Б. Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории [Текст] / Б. Д. Парыгин. – Санкт-Петербург : ИГУП, 1999. – 592 с.
146. Первухин, М. К. Русское студенчество [Текст] : [очерк] / М. К. Первухин. – Санкт-Петербург : Г. П. Нарусбек, 1906. – 29 с.
147. Петрова, Ю. А. К проблеме сущности и типологии субкультур [Текст] / Ю. А. Петрова // Гуманитарные и социальные науки. – 2010. – № 1. – С. 30 – 39.
148. Петюшкин, А. В. Основы баннерной рекламы [Текст] / А. В. Петюшкин. – Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2002. – 464 с.
149. Поколенческий анализ современной России = A generational analysis of contemporary Russia : [политология, социология, культурология, антропология] [Текст] / под ред.: Ю. Левады, Т. Шанина. – Москва : Нов. лит. обозрение, 2005. – 326, [1] с.
150. Помелова, Е. В. Просветительство как социально-педагогический феномен [Текст] / Е. В. Помелова // Вестник Вят. Гос. гуманит. ун-та. – 2009. – № 4. – С. 23 – 31.
151. Понасюк, А. М. Медиация и адвокат: новое направление адвокатской практики [Текст] / А. М. Понасюк. – Москва ; Берлин : Инфотропик Медиа, 2012. – 365 с.

152. Поршнева, Б. Ф. Социальная психология и история [Текст] / Б. Поршнева. – Рига : Звайгзне, 1982. – 232 с.
153. Пранцова, Г. В. Современные стратегии чтения: теория и практика [Текст] / Г. В. Пранцова, Е. С. Романичева. – Москва : Форум, 2013. – 367 с.
154. Прасолова, К. А. Фанфикшн: литературный феномен конца XX – начала XXI века: творчество поклонников Дж. К. Ролинг [Текст] : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.03 / К. А. Прасолова. – Калининград, 2009. – 261 с.
155. Проблемы речевой деятельности [Текст] / [редкол.: И. А. Зимняя (отв. ред.) и др.]. – Москва : [б. и.], 1983. – 247 с.
156. Просветительская роль культуры: ориентация на молодёжную аудиторию [Текст] : сб. материалов / Совет при Президенте Рос. Федерации по культуре и искусству. – Москва : [б. и.], 2007. – 159 с.
157. Прудинник, Н. Московское метро предложит пассажирам виртуальную библиотеку [Электронный ресурс] / Прудинник Наталья // Pro-Books.ru / администрация сайта. – [Б. м. : б. и.], 2014. – 28 апр. – Режим доступа: goo.gl/J5w9QZ (26.09.2016).
158. Пушкарева, М. Д. Внеклассное чтение художественной литературы в VI-VII классах. Из опыта работы школьных библиотек [Текст] / Акад. пед. наук РСФСР, Ин-т методов обучения. – Москва : Изд-во Акад. пед. наук РСФСР, 1957. – 84 с.
159. Пушкарева, М. Д. Связь классных и внеклассных занятий по литературе [Текст] : V-VI классы / М. Д. Пушкарева, М. А. Снежневская ; Акад. пед. наук РСФСР, Ин-т общего и политехн. образования. – Москва : Изд-во Акад. пед. наук РСФСР, 1963. – 152 с.
160. Пушкин, А. С. Евгений Онегин / [соч.] А. С. Пушкина. – Санкт-Петербург : т-во Р. Голике и А. Вильборг, 1908. – 120, [4] с.
161. Рабочая книга социолога [Текст] / [редкол. : Г.В. Осипов (отв. ред.) и др.]. – 3. изд. – Москва : УРСС, 2003. – 476, [1] с.
162. Равинский, Д. К. Чтение. Грамотность. Библиотеки: что сейчас обсуждают на Западе? [Текст] / Д. К. Равинский // Кризис чтения: энергия

преодоления : сб. науч.-практ. материалов / ред.-сост. В. Я. Аскарова. – Москва : Межрегион. центр библ. сотрудничества, 2013. – С. 53 – 65.

163. Ролевики [Электронный ресурс] / [администрация портала] // Insurgent : [портал] / Ольга Василенко [и др.]. – Москва : Санкт-Петербург : [б. и.], 2011. – Режим доступа: goo.gl/18ZJbL. – Дата обращения: 17.12.2017.

164. Романичева, Е. С. Введение в методику обучения литературе [Текст] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 050301.65 – Русский язык и литература, направлению 050100 «Педагогическое образование» (профили «Литература» и «Русский язык») / Е. С. Романичева, И. В. Сосновская. – Москва : Флинта : Наука, 2012. – 202, [1] с.

165. Рубакин, Н. А. Русские читатели и их обстановка [Текст] / Н. А. Рубакин. – [Б. м. : б. и.], [190-]. – Отт. из «Вестника знания», 190- г. – С. 172 – 182.

166. Рубакин, Н. А. Библиологическая психология [Текст] / Н. А. Рубакин. – Москва : Акад. Проект : Трикста, 2006. – 799 с.

167. Рубакин, Н. А. Этюды о русской читающей публике: факты, цифры и наблюдения [Текст] / [соч.] Н. А. Рубакина. – Санкт-Петербург : О. Н. Попова, 1895. – 246 с.

168. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии [Текст] / С. Л. Рубинштейн. – Москва [и др.] : Питер, 2009. – 705, [7] с.

169. Рубцов, А. С. Союз литературы и кино [Текст] / А. С. Рубцов // Вестник Адыгейс. гос. ун-та. – 2005. – № 3. – С.111 – 113.

170. Русакова, Л. М. Понятие «молодежь» в междисциплинарном научном контексте как основа организации работы с данной социальной группой [Электронный ресурс] / Л. М. Русакова // Открытая библиотека научных сборников по гуманитарным дисциплинам. – Режим доступа: goo.gl/R3GWYz. – Дата обращения: 17.12.2017.

171. Самохина, М. М. Чтение молодёжи: XXI век (по результатам исследований 2001–2011 гг.) [Электронный ресурс] / М. М. Самохина // Library.ru /

Рос. гос. б-ка для молодежи. – Москва : [б. и.], 2012. – Режим доступа: goo.gl/Dho8QU. – Дата обращения: 17.12.2017.

172. Светловская, Н. Н. Основы науки о читателе: теория формирования типа правильной читательской деятельности [Текст] / Н. Н. Светловская. – Москва : NB Магистр, 1993. – 180 с.

173. Сельский, Л. Общественная жизнь русского студенчества и ее очередная задача [Текст] / [Л. Сельский]. – Киев : Киев. студенч. фракция партии «Нар. свободы», 1907. – 32 с.

174. Селютина, Е. А. К проблеме поиска новых стратегий чтения в пору претензий к новейшей литературе: вузовская практика [Текст] / Е. А. Селютина // От Года литературы – к веку чтения : коллект. монография / [науч. ред.-сост. В. Я. Аскарлова]. – Изд. доп. и перераб. - Москва : Меж-рег. центр библиотечного сотрудничества, 2016. – С. 364 – 384.

175. Селютина, Е. А. Мода на *verbatim* в современной русской драматургии: европейская тенденция и ее русское преодоление (на примере пьесы М. Дурненкова «Хлам») [Текст] / Е. А. Селютина // Мода в книжной культуре: границы дозволенного : сб. науч. ст. / Челяб. гос. акад. культуры и искусств ; науч. ред., сост. В. Я. Аскарлова. – Челябинск : [б. и.], 2010. – С. 140 – 149.

176. Сергеев, В. К. Молодежная культура и культура для молодежи: опыт осмысления проблемы [Текст] / В. К. Сергеев // Просветительская роль культуры: ориентация на молодежную аудиторию / Совет при Президенте Рос. Федерации по культуре и искусству. – Москва : [б. и.], 2007. – С.49 – 69.

177. Серебрякова, М. 68% граждан Евросоюза прочли за последний год хотя бы одну книгу [Электронный ресурс] / Серебрякова Мария // Pro-Books.ru / [администрация сайта]. – [Б. м. : б. и.], 2013. – 3 нояб. – Режим доступа: goo.gl/ZTQr2J. – Дата обращения: 17.12.2017.

178. Серебрякова, М. Американцы все меньше читают художественную литературу [Электронный ресурс] / Серебрякова Мария // Pro-Books.ru / [администрация сайта]. – [Б. м. : б. и.], 2013. – 30 сент. – Режим доступа: goo.gl/KemqaF. – Дата обращения: 17.12.2017.

179. Серебрякова, М. Исследование: читатели электронных книг хуже запоминают сюжеты [Электронный ресурс] / Серебрякова Мария // Pro-Books.ru / [администрация сайта]. – [Б. м. : б. и.], 2014. – 20 авг. – Режим доступа: oo.gl/w815zH. – Дата обращения: 17.12.2017.

180. Серебрякова, М. Майкл Козловски: «Не следует недооценивать аудиокниги» [Электронный ресурс] / Серебрякова Мария // Pro-Books.ru / [администрация сайта]. – [Б. м. : б. и.], 2014. – 29 дек. – Режим доступа: goo.gl/2szAcw. – Дата обращения: 17.12.2017.

181. Серебрякова, М. Электронные книги теряют популярность в США [Электронный ресурс] / Серебрякова Мария // Pro-Books.ru / [администрация сайта]. – [Б. м. : б. и.], 2014. – 15 дек. – Режим доступа: goo.gl/R37nVB. – Дата обращения: 17.12.2017.

182. Синотина, Е. В. Читательские интересы ярославских старшеклассников [Текст] / Е. В. Синотина // Ярослав. пед. вестник. – 2007. – № 1. – С. 92 – 96.

183. Ситникова, Е. Н. Субкультура в контексте современного образовательного процесса (диагностический аспект) [Текст] / Ситникова Е. Н. // Грани познания. – 2012. – № 5 (19). – С. 62 – 66.

184. Скудаева, А. В Рязани открылась первая бесплатная «мобильная библиотека» [Электронный ресурс] / Анна Скудаева // RG.RU : Российская газета. – 2014. – 22 сент. – Режим доступа: goo.gl/YKH7kM. – Дата обращения: 17.12.2017.

185. Сметанникова, Н. Н. Стратегический подход к обучению чтению: междисциплинарные проблемы чтения и грамотности [Текст] / Н. Н. Сметанникова. – Москва : Школ. б-ка, 2005. – 509 с.

186. Смит, А. Теория нравственных чувств [Текст] / Адам Смит ; [вступ. ст. Б. В. Мееровского]. – Москва : Республика, 1997. – 350, [1] с.

187. Смолина, С. Г. Развитие информационной компетенции обучающихся в Режимх вузовской библиотеки [Текст] : дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03 / С. Г. Смолина. – Челябинск, 2016. – 184 с.

188. Соболев, В. С. Из истории социологических исследований среди учащейся молодежи России в начале XX века [Текст] / В. С. Соболев // Социология науки и технологий. – 2012. – № 3. – С. 111 – 121.

189. Советский читатель: опыт конкретно-социологического исследования [Текст] / Гос. ордена Ленина б-ка СССР им. В. И. Ленина. – Москва : Книга, 1968. – 343 с.

190. Советский читатель (1920-1980-е гг.) [Текст] / [науч. ред. И. Е. Баренбаум]. – Санкт-Петербург : [б. и.], 1992. – 157 с.

191. Соковиков, С. С. Мистерия книги: социокультурные контексты визуальных репрезентаций книги в культурном пространстве [Текст] / С. С. Соковиков // От Года литературы – к веку чтения : коллект. монография / [науч. ред.-сост. В. Я. Аскарова]. – Изд. доп. и перераб. - Москва : Меж-рег. центр библиотечного сотрудничества, 2016. – С. 173 – 226.

192. Соколова, Н. Л. «Это ваше шоу!»: массовые креативные практики в трансмедийных проектах [Текст] / Н. Л. Соколова // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. – 2011. – № 6. – С. 1 – 33.

193. Соколова, Н. Л. Трансмедиа и «интерпретативные сообщества» [Текст] / Н. Л. Соколова // Международный журнал исследований культуры. – 2011. – № 3 (4). – С. 16 – 21.

194. Сокольская, Л. В. Женщины как читательницы в «зеркале» моды (на материалах XVIII–XIX веков) [Текст] / Л. В. Сокольская // Мода в книжной культуре: границы дозволенного : сб. науч. ст. / Челяб. гос. акад. культуры и искусств ; науч. ред., сост. В. Я. Аскарова. – Челябинск : [б. и.], 2010. – С. 129 – 139.

195. Социология молодежи [Текст] / [Боечко Н. М. и др.] ; отв. ред. В. Т. Лисовский ; Санкт-Петербургский гос. ун-т, Науч.-исследов. ин-т комплекс. социал. исследований, Ин-т социально-полит. исследований РАН. – Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербург. ун-та, 1996. – 457, [1] с.

196. Статистика [Электронный ресурс] / [администрация сайта] // Наш книговорот : [сайт] / [администрация сайта]. – [Б. м. : б. и.], сор. 2004–2017. – Режим доступа: goo.gl/4uNpLm. – Дата обращения: 17.12.2017.

197. Стефановская, Н. А. Чтение как духовная ценность (по итогам исследования в Липецкой и Тамбовской областях) [Электронный ресурс] / Н. А. Стефановская // Library.ru / Рос. гос. б-ка для молодежи. – Москва : [б. и]. – Режим доступа: goo.gl/dZVx54. – Дата обращения: 17.12.2017.

198. Стефановская, Н. А. Экзистенциально-коммуникативные основы чтения: теория, методология и методика социологического исследования [Текст] : дис. ... д-ра социол. наук : 22.00.06 / Стефановская Н. А. – Тамбов, 2009. – 363 с.

199. Сэндидж, Ч. Реклама. Теория и практика [Текст] / Ч. Сэндидж, В. Фрайбургер, К. Ротцолл ; пер. с англ. В. Б. Боброва ; общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. – Москва : Прогресс, 1989. – 628, [1] с.

200. Тард, Г. Законы подражания [Текст] = (Les lois de l'imitation) : пер. с фр. / [соч.] Г. Тарда. – Санкт-Петербург : Ф. Павленков, 1892. – 370 с.

201. Тезаурус социологии [Текст] : тематический словарь-справочник / под ред. Ж. Т. Тощенко. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 487 с.

202. Толстой, Л. Н. Так что же нам делать? [Текст] / Л. Н. Толстой // Собрание сочинений : в 22 т. / Л. Н. Толстой – Москва : Худож. лит., 1983. – Т. 16. – С. 166 – 396.

203. Трушина, Л. Е. Взаимоотношения рекламы, дизайна и моды в культуре индустриального и постиндустриального общества [Текст] / Л. Е. Трушина // Вестник Москов. гос. ун-та культуры и искусств. – 2009. – № 4. – С. 25 – 29.

204. Тучина, О. Р. Читательская деятельность как способ развития самопонимания [Текст] : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01 / О. Р. Тучина. – Краснодар, 2005. – 163 с.

205. Успенский, И. В. Интернет-маркетинг [Текст] / И. В. Успенский. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭиФ, 2003. – 240 с.

206. Фатыхов, С. Г. Ждет ли нас апокалипсис в новой информационной среде? [Текст] / С. Г. Фатыхов // Кризис чтения: энергия преодоления : сб. науч.-практ. работ / ред.-сост. В. Я. Аскарова. – Москва : Межрегион. центр библиотечного сотрудничества, 2013.. – С. 24 – 32.

207. Флешмоб в честь книг [Электронный ресурс] / [администрация портала] // Небеса : [портал] / [администрация портала]. – [Б. м. : б. и.], сор. 2013. – Режим доступа: goo.gl/FHz1nw. – Дата обращения: 17.12.2017.

208. Хализев, В. Е. Теория литературы [Текст] / В. Е. Хализев. – 3. изд., испр. и доп. – Москва : Высш. шк., 2002. – 436, [1] с.

209. Хафизов, Д. М. Игровые технологии и практики в вузовской библиотеке [Текст] / Д. М. Хафизов // Чтение и грамотность в образовании и культуре: итоги и перспективы : Пятая Междунар. науч.-практ. конф. : сб. материалов / под общ. ред. М. В. Белоколенко ; Рус. ассоц. чтения. – Москва : Канон, 2017. – С. 65 – 68.

210. Хафизов, Д. М. Инициативы в мире чтения: концепция онлайн-исследования [Текст] / Д. М. Хафизов // Культурные инициативы : материалы 49 Всерос. науч. конф. молодых исследователей (Челябинск, 6 апреля 2017 г.) / Челяб. гос. ин-т культуры ; отв. ред. С. Б. Синецкий. – Челябинск : [б. и.], 2017. – С. 183 – 186.

211. Хафизов, Д. М. Использование сетевых технологий как инструмента стимулирования читательской деятельности в вузовской библиотеке (на примере научной библиотеки Южно-Уральского государственного университета) [Текст] / Д. М. Хафизов // Чтение и грамотность в образовании и культуре: новые имена в новом веке (Исследования молодых ученых в области чтения и грамотности) : Четвертая Междунар. науч.-практ. конф. : сб. материалов / под общ. ред. М. В. Белоколенко ; Рус. ассоц. чтения. – Москва : Канон, 2015. – С. 34 – 38.

212. Хафизов, Д. М. Квест в научной библиотеке вуза [Текст] / Д. М. Хафизов, М. Н. Софьина // Университет. кн. – 2017. – № 4. – С. 46 – 49.

213. Хафизов, Д. М. Культурно-просветительская деятельность научной библиотеки вуза в контексте библиотечно-информационных и образовательных практик и технологий [Электронный ресурс] / Д. М. Хафизов // Двадцатая юбилейная Международная конференция и выставка «LIBCOM-2016» «Информационные технологии, компьютерные системы и издательская продукция для библиотек» (г. Суздаль, 14 – 18 ноября 2016 г.) : тезисы докл. / Гос. публ. науч.-

техн. б-ка России [и др.] // ГПНТБ России / Гос. публ. науч.-техн. б-ка России. – Москва : [б. и.], 2016. – Режим доступа: goo.gl/Uu8Dfe. – Дата обращения: 17.12.2017.

214. Хафизов, Д. М. Мода и молодежные субкультуры: читателеведческий аспект [Текст] / Д. М. Хафизов // Обсерватория культуры. – 2017. – Т. 14, № 5. – С. 569 – 576.

215. Хафизов, Д. М. Научная библиотека вуза как культурно-просветительский центр [Текст] / Д. М. Хафизов, С. Г. Смолина // Библиосфера. – 2017. – № 1. – С. 52 – 57.

216. Хафизов, Д. М. Основные социокультурные практики повышения читательской активности молодежи в историко-культурном контексте [Текст] / Д. М. Хафизов // Общество: философия, история, культура. – 2017. – № 11. – С. 113 – 115.

217. Хафизов, Д. М. От зрителя – к читателю: экранизация книги как средство формирования читательской моды в молодежной среде [Текст] / Д. М. Хафизов // Вестник культуры и искусств. – 2017. – № 3. – С. 91 – 98.

218. Хафизов, Д. М. Сетевые технологии как инструмент стимулирования читательской активности чтения студентов: возможности вузовской библиотеки [Текст] / Д. М. Хафизов // Человек читающий: Homo Legens-7. Стратегии инновационного развития профессиональной подготовки специалистов в области чтения / отв. ред. М. В. Белоколенко. – Москва : Канон+, 2015. – С. 94 – 103.

219. Хафизов, Д. М. Современные тенденции поддержки и развития чтения молодежи: библиотечный ракурс [Текст] / Д. М. Хафизов // Культура – искусство – образование: научные и прикладные аспекты : XXXVI науч.-практ. конф. проф.-преподават. состава акад. / сост. и авт. предисл. А. В. Штолер ; Челяб. гос. акад. культуры и искусств. – Челябинск : [б. и.], 2015. – С. 282 – 286.

220. Хафизов, Д. М. Стимулирование читательской активности молодежи посредством социально-психологических механизмов моды в условиях библиотечного воздействия [Текст] / Д. М. Хафизов // Вестник КазГУКИ. – 2017. – № 3. – С. 63 – 67.

221. Хафизов, Д. М. Чтение как базовая ценность молодежных субкультур и интерпретативных сообществ [Текст] / Д. М. Хафизов // Третий Международный интеллектуальный форум «Чтения на евразийском перекрестке» (Челябинск, 24–25 сентября 2015 г.) : материалы форума / Рос. библиотечная ассоциация, Челяб. гос. академия культуры и искусств; ред.-сост. В. Я. Аскарлова. – Челябинск : [б. и.], 2015. – С. 340 – 347.

222. Центр комиксов и визуальной культуры Российской государственной библиотеки для молодежи [Электронный ресурс] / [Администрация сайта] // Комикс центр / Центр комиксов и визуальной культуры РГБМ. – Москва : [б. и.], сор. 2015. – Режим доступа: goo.gl/nP2JW2. – Дата обращения: 17.12.2017.

223. Цырендоржиева, Д. Ш. Просвещение и просветительство: сущность и отличительные черты [Текст] / Д. Ш. Цырендоржиева, А. Ц. Батуева // Вестник Белгород. гос. ун-та. – 2013. – № 14. – С.34 – 37.

224. Черняк, М. А. Чтение и новые культурные практики в контексте прозы «нулевых» годов [Текст] / М. А. Черняк // Чтение в образовании и культуре : междунар. научн. конф. (Москва, 22-23 ноября 2011 г.) / Рос. гос. пед. б-ка им. К.Д. Ушинского. – Москва : Канон +, 2011. – С. 203 – 205.

225. Чтение. XXI век [Текст] : коллективная монография / науч. ред.-сост. В. Я. Аскарлова; Челяб. гос. академия культуры и искусств. – Челябинск : [б. и.], 2014. – 310 с.

226. Что происходит с книжным блогингом в России? Свод правил для блогеров, их читателей и издателей [Электронный ресурс] / [администрация сайта] // Hello Blogger / [администрация сайта]. – [Б. м. : б. и.], сор. 2014 – 2017. – Режим доступа: goo.gl/AhMQLc. – Дата обращения: 17.12.2017.

227. Что такое челлендж? [Электронный ресурс] / Introvertum // Архив интроверта / [администрация сайта]. – [Б. м. : б. и.], 2016. – Режим доступа: goo.gl/gFzHGd. – Дата обращения: 17.12.2017.

228. Что читать народу? [Текст] : критич. указатель книг для нар. и дет. чтения : в 2 т. / сост.: Х. Д. Алчевская [и др.]. – 2-е, испр. изд. – Санкт-Петербург : тип. В. С. Балашова, 1888. – Т. 1. – 210 с.

229. Чудинова, В. П. Национальная политика поддержки чтения подрастающего поколения в Японии [Текст] / Чудинова В. П., Чудинова К. О. // Поддержка и развитие чтения: тенденции и проблемы (по итогам пяти лет реализации Национальной программы поддержки и развития чтения в России) : сб. ст. / Межрегион. центр библиотечного сотрудничества. – Москва : Межрегион. центр библиотечного сотрудничества, 2011. – С. 199 – 216.

230. Чудинова, В. П. Проблемы развитых стран – Функциональная безграмотность (почему люди не любят читать) [Электронный ресурс] / В. П. Чудинова // Факультет электроники и вычислительной техники : [неофициальный сайт] / Волгоград. гос. техн. ун-т. – Волгоград : [б. и.], 2011. – Режим доступа: goo.gl/rGDYzH. – Дата обращения: 17.12.2017.

231. Чушкина, С. Е. О подходах к определению понятия «читательская культура» [Текст] / С. Е. Чушкина // Вестник Башкир. ун-та. – 2015. – Т. 20, № 2. – С. 600 – 605.

232. Шартье, Р. Книга уходит из нашей жизни? Читатели и чтение в эпоху электронных текстов [Электронный ресурс] / Р. Шартье // Компьютер и жизнь : блог сайта «Каталог программиста» / [администрация сайта]. – [Б. м. : б. и.], 2008. – Режим доступа: goo.gl/UDiCqr. – Дата обращения: 17.12.2017.

233. Шатихина, Н. С. Институт медиации в российском уголовном праве [Текст] : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.08 / Н. С. Шатихина. – Санкт-Петербург, 2004. – 25 с.

234. Шварц Г. Молодежь СССР в цифрах [Текст] / Гр. Шварц, Вл. Зайцев. – Москва : Вопр. труда, 1924. – 56 с.

235. Шельский, Х. Скептическое поколение [Текст] / Х. Шельский // Общество и молодежь / сост. В.Д. Кобецкий. – Москва : Мол. гвардия, 1968. – 230 с.

236. Шмерлина, И. Круг чтения и читательские запросы россиян [Электронный ресурс] / И. Шмерлина // База данных ФОМ / Фонд «Общественное мнение». – Москва : [б. и.], сор. 2003–2011. – Режим доступа: goo.gl/FMDnj1. – Дата обращения: 17.12.2017.

237. Щирова, И. А. Текст сквозь призму сложного [Текст] / И. А. Щирова. – Санкт-Петербург : Политехника-сервис, 2013. – 216 с.
238. Эко, У. От Интернета к Гуттенбергу [Текст] / У. Эко // Новое лит. обозрение. – 1998. – № 32. – С. 5 – 14.
239. Экранизация [Электронный ресурс] / И. Н. Соловьева // Кино: энцикл. словарь / гл. ред. С. И. Юткевич ; редкол.: Ю. С. Афанасьев [и др.]. – Москва : Сов. энцикл., 1987. – Режим доступа: goo.gl/YRZsVW. – Дата обращения: 17.12.2017.
240. Юмашева, Н. Д. Чтение как практики культурного воспроизводства в студенческой среде [Текст] : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.06 / Юмашева Н. Д. – Москва, 2008. – 134 с.
241. Янков, А. YOUmedia в библиотеке [Электронный ресурс] / Алексей Янков // Библиотеки и молодежь: зарубежный опыт / Рос. гос. б-га для молодёжи. – Москва : [б. и.], 2013. – Режим доступа: goo.gl/zVRJU2. – Дата обращения: 17.12.2017.
242. Янков, А. Даешь библиотеку! [Электронный ресурс] / Алексей Янков // Библиотеки и молодежь: зарубежный опыт / Рос. гос. б-га для молодёжи. – Москва : [б. и.], 2014. – Режим доступа: goo.gl/kA3SW5. – Дата обращения: 17.12.2017.
243. Янков, А. Конвент японских комиксов [Электронный ресурс] / Алексей Янков // Библиотеки и молодежь: зарубежный опыт / Рос. гос. б-га для молодёжи. – Москва : [б. и.], 2014. – Режим доступа: goo.gl/B4z53r. – Дата обращения: 17.12.2017.
244. Янков, А. Новый библиотечный сервис [Электронный ресурс] / Алексей Янков // Библиотеки и молодежь: зарубежный опыт / Рос. гос. б-га для молодёжи. – Москва : [б. и.], 2014. – Режим доступа: goo.gl/tkA4Mp. – Дата обращения: 17.12.2017.
245. Янков, А. Современные отшельники [Электронный ресурс] / Алексей Янков // Библиотеки и молодежь: зарубежный опыт / Рос. гос. б-га для молодёжи. – Москва : [б. и.], 2013. – Режим доступа: goo.gl/eНаірw. – Дата обращения: 17.12.2017.

246. Янков, А. Танцы на шесте в библиотеке [Электронный ресурс] / Алексей Янков // Библиотеки и молодежь: зарубежный опыт / Рос. гос. б-га для молодёжи. – Москва : [б. и.], 2012. – Режим доступа: goo.gl/Nuvzr7. – Дата обращения: 17.12.2017.

247. Янков, А. Туфли супергероев [Электронный ресурс] / Алексей Янков // Библиотеки и молодежь: зарубежный опыт / Рос. гос. б-га для молодёжи. – Москва : [б. и.], 2014. – Режим доступа: goo.gl/hqtTFa. – Дата обращения: 17.12.2017.

248. A diary study of work-related reading. Design implications for digital reading devices [Текст] / A. Adler, A. Gujar, B. L. Harrison, K. O'Hara, A. Seilen // Proceedings of the CHI. – Los Angeles, 1998. – P. 241 – 248.

249. A manual for the preparation of proposals in arts and humanities, history, geography, economics, civics, English, reading, English for speakers of other languages, modern foreign languages, industrial arts, international affairs, counseling and guidance, and for educational media specialists, teachers of disadvantaged youth [Текст] / United States. Office of Education. – [Place of publication not identified : publisher not identified], [1973]. – 36 p.

250. A nation at risk: The imperative for educational reform (an open letter to the American people) [Электронный ресурс] / National Commission on Excellence in Education // U.S. Department of Education. – [Б. м. : б. и.]. – Режим доступа: goo.gl/rETs5h. – Дата обращения: 17.12.2017.

251. A preliminary study of reading achievement in the youth authority [Текст] / California Youth Authority. – [Place of publication not identified] : California [Dept. of the] Youth Authority [Division of Research], 1971. – 72 p.

252. Active Reading [Электронный ресурс] // Faculty of Humanities Study Skills Website / Humanities Teaching and Learning Office, The University of Manchester. – Manchester : [б. и.],... Режим доступа: goo.gl/nXWmWh. – Дата обращения: 17.12.2017.

253. Active reading [Электронный ресурс] // Skills for OU Study / The Open University. – [Great Britain : б. и.], cop. 2017. – Режим доступа: goo.gl/pZbMrm. – Дата обращения: 17.12.2017.

254. Adler, M. How to read a book. The classic guide to intelligent reading [Текст] / M. Adler, C. Van Doren. – New York : Simon and Schuster, 1972. – 430 p.
255. Amendt, G. Hashish and sexuality. Empirical inquiry into the sexuality of youths in the drug subculture [Текст] / G. Amendt // Beitrage zur Sexualforschung. – 1974. – Vol. NO53. – 114 p.
256. Amos, W. E. Readings in the administration of institutions for delinquent youth [Текст] / W. E. Amos, L. M. Raymond. – Springfield : Thomas, 1965. – 212 p.
257. Andrews, S. Good reading for youth [Текст] : [children's book list] / S. Andrews. – Concord : New Hampshire State Library, 1966. – 36 p.
258. Artis, A. B. Improving marketing students' reading comprehension with the SQ3R method [Текст] / A. B. Artis // Journal of Marketing Education. – 2008. – Vol. 30 (2). – P. 130 – 137.
259. Barss, R. A Study of Exemplary Public Library Reading and Reading-Related Programs for Children, Youth, and Adults [Текст] / R. Barss. & Associates. – [Б. м. : б. и.], 1972. – 68 p.
260. Beach angels pass out books [Электронный ресурс] / [Администрация сайта] // Mentor Public Library. – [Б. м. : б. и.], 2012. –17 July. – Режим доступа: goo.gl/3McA5K. – Дата обращения: 17.12.2017.
261. Bleeck, J. K. Reading failure as a factor in intellectual retardation among delinquents. The effect of reading disabilities on WAITS subtest patterns among former Negro youthful offenders [Текст] / J. K. Bleeck. – [Б. м. : б. и.], 1966. – 122 p.
262. Bodleian Libraries University of Oxford [Электронный ресурс] / Bodleian Libraries. – Oxford : [б. и.], cop. 2017. – Режим доступа: goo.gl/1VwdxY. – Дата обращения: 17.12.2017.
263. Books for language-retarded children [Текст] : an annotated bibliography / compiled by the International Board on Books for Young People. – [Paris] : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, [198-?]. – 114 p.
264. Building Together. A Selected Reading List for Schools and Youth Groups to Use in the Education of Boys and Girls for Social Responsibility [Текст] / Committee: Members of the Cleveland Public Library Staff; American Library Association. –

Chicago : American Library Association for United Community Funds and Councils of America, 1960. – 23 p.

265. Chandler-Olcott, K. Adolescents' anime-inspired «fanfictions»: An exploration of multiliteracies [Текст] / K. Chandler-Olcott, D. Mahar // *Journal of Adolescent and Adult Literacy*. – 2003. – Vol. 46. – P. 556 – 566.

266. Chen, N. Designing a multi-slate reading environment to support active reading activities [Электронный ресурс] / N. Chen, F. Guimbretiere, A. Sellen // *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*. – 2012. – Vol. 19 (3). – Режим доступа: goo.gl/vrryCX. – Дата обращения: 17.12.2017.

267. Chevalier, G. Local library to give away comics for National Free Comic Book Day [Электронный ресурс] / Gabrielle Chevalier // *Nooga.com* / Nooga Media, LLC. – [Б. м. : б. и.], cop. 2015. – Режим доступа: goo.gl/Ervwgz. – Дата обращения: 17.12.2017.

268. Chien, C. Integration of web 2.0 tools with Taiwanese EFL freshmen's post-reading activities [Текст] / C. Chien // *International Journal of Technology Enhanced Learning*. – 2015. – Vol. 7 (4). – P. 364 – 377.

269. Cohen, D. The effect of literature on vocabulary and reading achievement [Текст] / D. Cohen // *Elementary English*. – 1968. – Vol. 45. – P. 209 – 213.

270. *Creating independence, 1763-1789: background reading for young people* [Текст] : a selected annotated bibliography / M. N. Coughlan ; Children's Book Section. – Washington : Library of Congress ; [for sale by the Supt. of Docs., U.S. Govt. Print. Off.], 1972. – 62 p.

271. Crockett, L.J. Cultural, historical, and subcultural contexts of adolescence: Implications for health and development [Текст] / L. J. Crockett // *Health risks and developmental transitions during adolescence* / eds.: J. Schulenberg, J. L. Maggs, C. Hurrelmann. – Cambridge : Cambridge University Press, 1997. – P. 23 – 53.

272. Dawson, J. Dawson column: Lester public library offering Zinio for libraries [Электронный ресурс] / Jeff Dawson // *htnews.com*, 24.12.2013. – Режим доступа: goo.gl/qUnNuE. – Дата обращения: 17.12.2017.

273. Definition of «youth» according to age limits [Электронный ресурс] / Eastern Partnership Youth Regional Unit // EPYRU/ППИМП / European Commission. – Kyiv : [б. и.], 2015. – 13 July. – Режим доступа: goo.gl/wLFZYj. – Дата обращения: 17.12.2017.

274. Definition of Youth [Электронный ресурс] / United Nations. Youth // United Nations. Department of Economic and Social Affairs. – [Б. м. : б. и., не ранее 2008]. – Режим доступа: goo.gl/JN6JrD. – Дата обращения: 17.12.2017.

275. Derrick, J. Using comics with ESL/EFL students [Электронный ресурс] / J. Derrick // The Internet TESL Journal. – 2008. – Vol. 14 (7). – Режим доступа: goo.gl/aJ3jeh. – Дата обращения: 17.12.2017.

276. Doerr, Z. C. Abridged series and fandom remix culture [Текст] / Doerr, Zephra C. // Transformative Works & Cultures. – 2012. – Vol. 9. – P. 2.

277. Don't judge a book by its cover: tech-savvy teens remain fans of print books [Электронный ресурс] / [Администрация сайта] // Nielsen / The Nielsen Company (US), LLC. – [Б. м. : б. и.], 2014. – 12 September. – Режим доступа: goo.gl/UvCbxe. – Дата обращения: 17.12.2017.

278. Doors to more mature reading; detailed notes on adult books for use with young people [Текст] / compiled by Elinor Walker [and others]. – Chicago : American Library Association, 1964. – 191 p.

279. Dougherty, J. F. Reading on vacation; how to help young people harvest the fun of books [Текст] / J. F. Dougherty. – [New York] : [Children's Book Council], 1964. – 16 p.

280. Drug use among native American young adults [Текст] / G. S. Goldstein, E. R. Oetting, V. Garcia-Mason, R. Edwards // International Journal of the Addictions. – 1979. – Vol. 14, № 6. – P. 855 – 860.

281. Eisenstadt, S. N. From Generation to Generation: Age Groups and Social Structure [Текст] / Shmuel Noah Eisenstadt. – Piscataway, New Jersey : Transaction Publishers, 1956. – 357 p.

282. Elam, J. R. The effectiveness of project-based learning utilizing web 2.0 tools in EFL [Текст] / J. R. Elam, B. Nesbit // JALT CALL Journal. – 2012. – Vol. 8 (2). – P. 113 – 127.

283. Elizur, D. Values of personal wellbeing and of harming society among delinquent and non-delinquent youth [Текст] / D. Elizur // Israel Annals of Psychiatry and Related Disciplines. – 1979. – Vol. 17, № 1. – P. 36 – 44.

284. Elkins, A. J. Let's play! [Текст] / A. J. Elkins // Knowledge Quest. – 2015. – Vol. 43, № 5. – P. 58 – 63.

285. Ethnicity and drug use among urban junior high school youths [Текст] / R. Dembo, W. Burgos, D. des Jarlais, J. Schmeidler // International Journal of the Addictions. – 1979. – Vol. 14, № 4. – P. 557 – 568.

286. Evaluating books for children and young people, prepared by a committee of the International Reading Association [Текст] / compiled and edited by Helen Huus; International Reading Association. – Newark, Del., [1968]. – 137 p.

287. Evening use of light-emitting eReaders negatively affects sleep, circadian timing, and next-morning alertness [Текст] / Anne-Marie Chang, Daniel Aeschbach, Jeanne F. Duffy, Charles A. Czeisler // Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America. – 2015. – Vol. 112, № 4. – P. 1232 – 1237.

288. Fish, S. Is there a text in this class? The authority of interpretive communities [Текст] / S. Fish. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1980. – 408 p.

289. Flippo, R. F. Handbook of college reading and study strategy research [Текст] / R. F. Flippo, D. C. Caverly. – Hillsdale, NJ : Lawrence Earlbaum Associates, Inc, 2000. – 500 p.

290. Gallagher, K. Readicide: How Schools Are Killing Reading and What You Can Do About It [Электронный ресурс] / K. Gallagher. – [Б. м.] : Stenhouse Publishers, 2009. – 160 p.

291. Gallagher, K. Reversing readicide [Текст] / K. Gallagher // Educational Leadership. – 2010. – Vol. 67, № 6. – P. 36 – 41.

292. Gao, H. Why Aren't Chinese People Reading Books Anymore? [Электронный ресурс] / Helen Gao // The Atlantic / The Atlantic Monthly Group. – [Б.

м. : б. и.], 2013. – 15 August. – Режим доступа: goo.gl/8qTMcp. – Дата обращения: 17.12.2017.

293. Gee, J. P. Digital games and libraries [Текст] / J. P. Gee // Knowledge Quest. – 2012. – Vol. 41, № 1. – P. 60 – 64.

294. Girgin, E. G. A Web 2.0 tool for language teaching with flash content [Текст] / E. G. Girgin // Procedia Computer Science. – 2011. – Vol. 3. – P. 627 –631.

295. Global Youth Development Index and Report 2016 [Электронный ресурс] / Commonwealth Secretariat // The Commonwealth / Australian Government. – [Б. и. : б. и.], 2016. – Режим доступа: goo.gl/DJcqHb. – Дата обращения: 17.12.2017.

296. Goodman, K. S. Reading: A psycholinguistic guessing game [Текст] / K. S. Goodman // Journal of the Reading Specialist. – 1967. – Vol. 6 (4). – P. 126 – 135.

297. Greene, L. Library books turn out to be «Fifty Shades» of gross [Электронный ресурс] / Leonard Greene // New York Post. – 2013. – 14 November. – Режим доступа: goo.gl/EesnCU. – Дата обращения: 17.12.2017.

298. Hafner, L. E. Improving Reading in Secondary Schools; Selected Readings [Текст] / L. E. Hafner. – New York : Macmillan, 1967. – 445 p.

299. Hansen, I. V. Young people reading; the novel in secondary schools [Текст] / I. V. Hansen. – [Carlton, Australia] : Melbourne University Press, [1973] – 76 p.

300. Harvard Library [Электронный ресурс] / The President and Fellows of Harvard College. – Harvard : [б. и.], cop. 2016. – Режим доступа: goo.gl/agy3gG. – Дата обращения: 17.12.2017.

301. Hicter, M. Drugs and society [Текст] / M. Hicter // Unesco Courier. – 1973. – Vol. 26, № 5. – P. 27 – 30.

302. Khafizov, D. M. Usage of network technologies as an instrument of stimulation for readers' activity among youth in university library (adapted from «Reading that unites us» research) [Электронный ресурс] / D. M. Khafizov // 3rd Baltic Sea – 17th Nordic Literacy Conference «Making meaning – literacy in action» (14–16 August 2016 – Turku/Åbo, Finland) : Book of Abstracts / FinRA, Nordic and Baltic Sea Literacy associations, ILA, IDEC, FELA, ELINET. – Turku/Åbo : [б. и.], 2016. – С. 70. – Режим доступа: goo.gl/xovbt1. – Дата обращения: 17.12.2017.

303. Lambert, L. Milton library hosting event for teens who like sci-fi, anime [Электронный ресурс] / Lane Lambert // The Patriot Ledger / Gatehouse Media, LLC. – [Б. м. : б. и], cop. 2006 – 2015. – Режим доступа: goo.gl/q28Dhr. – Дата обращения: 17.12.2017.

304. Lucas, T. M. Chyrology: or, The art of reading, spelling, and ciphering by the fingers. Designed for the benefit of the deaf, and for the instruction and amusement of youth [Текст] / T. M. Lucas. – New York : Gordon Press, 1973. – 48 p.

305. Main library drive-up window [Электронный ресурс] / [администрация сайта] // Cleveland Public Library. – Cleveland : [б. и.], cop. 2014. – Режим доступа: goo.gl/EdNMXR. – Дата обращения: 17.12.2017.

306. Marks, J. San Antonio public library unveils brand new library learning van for children and teens [Электронный ресурс] / Joseph Marks // MySA / [администрация сайта]. – San Antonio : [б. и.], 2014. – Режим доступа: goo.gl/fvr4F5. – Дата обращения: 17.12.2017.

307. Matulic, F. Supporting active reading on pen and touch-operated tablets [Текст] / F. Matulic, M. C. Norrie // Proceedings of the Workshop on Advanced Visual Interfaces AVI. – 2012. – P. 612 – 619.

308. May, M. Hulk statue draws «largest turnout at the library ever» [Электронный ресурс] / Michael May // Comic Book Resources/ [администрация сайта]. – [Б. м. : б. и.], cop. 1995–2015. – Режим доступа: goo.gl/iUxX5v. – Дата обращения: 17.12.2017.

309. Mead, M. Coming of age in Samoa. A psychological study of primitive youth for Western civilisation [Текст] / M. Mead. – New York : HarperPaperbacks, 2001. – 223 p.

310. Merc, A. The effects of comic strips on EFL reading comprehension [Текст] / A. Merc // The International Journal of New Trends in Education and Their Implications. – 2013. – Vol. 4 (1). – P. 54 – 64.

311. Modell, J. Historical perspectives [Текст] / J. Modell, M. Goodman // At the threshold. The developing adolescent / [eds.]: S.S. Feldman, G.R. Elliott. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1990. – P. 93 – 122.

312. Munan, L. Health needs of the youth subculture [Текст] / L. Munan // American Family Physician. – 1973. – Vol. 7, № 1. – P. 104 – 107.
313. Newman, H. Reading Disabilities: Selections on Identification and Treatment [Текст] / H. Newman. – [New York] : Odyssey Press, 1969. – 652 p.
314. Norvell, G. W. The reading interests of young people [Текст] / G. W. Norvell. – Boston : Michigan State Univ. Pr., 1973. – 516 p.
315. Oxford dictionaries [Электронный ресурс] / Oxford University Press. – Oxford : University Press, cop. 2017. – Режим доступа: goo.gl/o2EqL9. – Дата обращения: 17.12.2017.
316. Palilonis, J. Active reading experience questionnaire: Development and validation of an instrument for studying active reading activities [Текст] / J. Palilonis, D. Butler // Journal of Interactive Learning Research. – 2015. – Vol. 26 (3). – P. 271 – 287.
317. Pepitone, J. The first bookless library: BiblioTech offers only e-books [Электронный ресурс] / Julianne Pepitone // FOX59 / Cable News Net-work, Inc. – New York : [б. и.], cop. 2013. – Режим доступа: goo.gl/upPGdc. – Дата обращения: 17.12.2017.
318. Pilgrim, G. R. H. Books, young people, and reading guidance [Текст] / G. R. H. Pilgrim, M. K. McAllister. – New York : Harper, [1960]. – 219 p.
319. Pillon, N. B. Reaching young people through media [Текст] / N. B. Pillon // Reading Guidance. – 1983. – P. 151 – 154.
320. Polette, N. Reading Guidance in a Media Age [Текст] / N. Polette, M. Hamlin. – Metuchen, N.J. : Scarecrow Press, 1975. – 267 p.
321. Potential of Twitter in post-reading activities among community college students in Malaysia [Текст] / I. S. Hamidon, N. S. Alias Siraj, K. Kokila, M. Mohammed, T. V. Thanabalan // Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2013. – Vol. 103. – P. 725 – 734.
322. Powell, W. R. Classroom libraries: Their frequency of use [Текст] / W. R. Powell // Elementary English. – 1966. – Vol. 45. – P. 395 – 397.
323. Prago, R. S. The reading guidance program for young adults in the New York Public Library [Текст] / R. S. Prago. – [Б. м. : б. и.], 1963. – 203 p.

324. Proceedings of the First Annual Reading Symposium, Disadvantaged Youth, January 17 and 18, 1969 [Текст] / Thomas F. McDonald; Reading Symposium on Disadvantaged Youth. – [Tempe, Ariz. : Bureau of Educational Research and Services, College of Education, Arizona State University], 1969. – 30 p.
325. Pugh, A. K. Silent Reading: An Introduction to its Study and Teaching [Текст] / A. K. Pugh. – [Б. м.] : Heinemann Educational, 1978. – 160 p.
326. Radencich, M. C. A survey of college reading/study skills texts [Текст] / M. C. Radencich, J. S. Schumm // Reading World. – 1984. – Vol. 24 (2). – P. 34–47.
327. Reading and Recidivism [Текст] / California Youth Authority. – [Б. м.] : California [Dept. of the] Youth Authority [Division of Research], – 1971. – 84 p.
328. Roos, J. C. Patterns in reading; an annotated book list for young people [Текст] / J. C. Roos. – Chicago : American Library Association, 1954. – 138 p.
329. Rowe, K. J. The influence of reading activity at home on students' attitudes towards reading, classroom attentiveness and reading achievement. An application of structural equation modelling [Текст] / K. J. Rowe // British Journal of Educational Psychology. – 1991. – Vol. 61, № 1. – P. 19 – 35.
330. Smith, A. P. A study of reading achievement and personal and social adjustment of Eighth grade youth [Текст] / A. P. Smith. – Lexington : University of Kentucky Press, 1960. – 68 p.
331. Smith, F. The Role of Prediction in Reading [Текст] / F. Smith // Elementary English. – 1975. – Vol. 52. – P. 305 – 311.
332. Stang, H. J. Drug abuse as a symptom among adolescents (Norwegian) [Текст] / H. J. Stang // Tidsskrift for den Norske Laegeforening. – 1975. – Vol. 95, № 29. – P. 1646 – 1649.
333. Sullivan, D. Share your story: Library offers book-making project [Электронный ресурс] / Derek Sullivan // PostBulletin.com / TownNews.com. – [Б. м. : б. и.], сор. 2015. – Режим доступа: goo.gl/MC4rir. – Дата обращения: 17.12.2017.
334. Tan, D. In France, A pop-up «Beach library» let's you borrow from 350 titles [Электронный ресурс] / Dorothy Tan // TAXI / [администрация сайта] – [Б. м. : б. и.], 2013. – Режим доступа: goo.gl/EZJyuw. – Дата обращения: 17.12.2017.

335. Techniques for Teaching Basic Reading to Out-of-School Youth [Текст] / University of the State of New York. – Albany, N.Y. : University of the State of New York, State Education Dept., Bureau of Continuing Education Curriculum Development, 1969. – 59 p.

336. Technischen Universität München (TUM). Universitätsbibliothek [Электронный ресурс] / Technical University of Munich. – München : [б. и.], cop. 2007 – 2017. – Режим доступа: goo.gl/Ge4Gmj. – Дата обращения: 17.12.2017.

337. The effects of the E-book system with the reading guidance and the annotation map on the reading performance of college students [Текст] / L. Y. Li, G. D. Chen, C. Y. Fan, D. W. Huang // Educational Technology & Society. – 2014. – Vol. 77 (1). – P. 320 – 331.

338. The imposition and superimposition of digital reading technology: The academic potential of e-readers [Текст] / A. Thayer, C. R. Lee, L. H. Hwang, H. Sales, P. Sen, N. Dalai // Proceedings of the Annual Conference on Human Factors in Computing Systems. – 2011. – P. 2917 – 2926.

339. The portable library: Teen services to take away [Электронный ресурс] / [администрация сайта] // YA LIBRARY UK / [администрация сайта]. – [Б. м. : б. и.], 2015. – Режим доступа: goo.gl/BiwYsJ. – Дата обращения: 17.12.2017.

340. The reading habits of young people aged 13-19: A survey [Текст] / Nottinghamshire County Library, Nottinghamshire County Youth Service. – West Bridgeford : County Hall, 1971. – 36 p.

341. The writers' room. Space to create at Toronto reference library [Электронный ресурс] / [администрация сайта] // Toronto Public Library. – Toronto : [б. и.], cop. 2015. – Режим доступа: goo.gl/MiUwvP. – Дата обращения: 17.12.2017.

342. Tovey, D. R. A psycholinguistic analysis of reading activities [Текст] / D. R. Tovey // Reading World. – 1977. – Vol. 17, № 2. – P. 125 – 134.

343. Tozier, V. The reading of youth [Текст] / V. Tozier. – [Syracuse, N.Y.] : Syracuse University Press, 1960. – 28 p.

344. Turner, V. W. The forest of symbols: Aspects of Ndembu ritual [Текст] / V. W. Turner. – Ithaca, New York : Cornell University Press, 1967. – 417 p.

345. Tweedy, J. Bondi beach bookshelves offer sunbathers and surfers the ultimate in holiday reading [Электронный ресурс] / Jo Tweedy // MailOnline / [администрация сайта]. – [Б. м. : б. и.], 2010. – Режим доступа: goo.gl/EKByqs. – Дата обращения: 17.12.2017.

346. Tyler, G. The Roots of Organized Crime [Текст] / G. Tyler // Crime & Delinquency. – 1962. – Vol. 8, № 4. – P. 325 – 338.

347. Warner, D. Reading Games and Activities for Disadvantaged Youth [Текст] / D. Warner. – Omaha, Nebraska : Omaha Public Schools, 1967. – 27 p.

348. Watts, W. A. Alienation and activism in today's college-age youth: Socialization patterns and current family relationships [Текст] / W. A. Watts, S. Lynch, D. Whittaker // Journal of Counseling Psychology. – 1969. – Vol. 16, № 1. – P. 1 – 7.

349. Werner, K. Bringing them in: Developing a gaming program for the library [Текст] / K. Werner // Library Trends. – 2013. – Vol. 61, № 4. – P. 790 – 801.

350. Whipple, G. Reading for children without: our disadvantaged youth [Текст] / G. Whipple, M. H. Black. – Newark, Del. : International Reading Association, [1966]. – 53 p.

351. Whittaker, D. Personality characteristics associated with activism and disaffiliation in today's college-age youth [Текст] / D. Whittaker, W. A. Watts // Journal of Counseling Psychology. – 1971. – Vol. 18, № 3. – P. 200 – 206.

352. Williams, R. Culture and Society, 1780-1950 [Текст] / R. Williams. – New York : Columbia University Press, 1983. – 363 p.

353. Willows, D. M. The content of school readers [Текст] / D. M. Willows, D. Borwick, M. Hayuren // Reading Research: Advances in Theory and Practice. – 1981. – Vol. 2. – P. 97 – 175.

354. World Programme of Action Youth. Economic and Social Affairs [Электронный ресурс] / United Nations // United Nations. Department of Economic and Social Affairs. – [Б. м. : б. и.], cop. 2015. – Режим доступа: goo.gl/vSoude. – Дата обращения: 17.12.2017. – Дата обращения: 17.12.2017.

355. Xin, Z. A new chapter for Beijing's libraries [Электронный ресурс] / Xin Zheng // China Daily. – 2012 . – 17 July. – Режим доступа: goo.gl/qxe96R. – Дата обращения: 17.12.2017.

356. Youth and juvenile delinquency: A select reading list October 1975 – January 1978 [Текст] / Australian National Social Sciences Library. – Canberra : National Library of Australia, 1978. – 31 p.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А.

Таблица А.1.

Уровень развития молодежи в общемировом контексте

Континент	Страна	HDI ¹	YDI ²	Уровень грамотности	Охват среднего образования	Свобода прессы	Национальная молодежная политика	Государственный орган, отвечающий за молодежь (федеральный уровень)	Национальная молодежная организация / объединение	Нижняя возрастная граница	Верхняя возрастная граница
Азия	Япония	0.891	0.815	–	99.14%	28.67	да	Cabinet Office	–	0	30
Азия	Турция	0.761	0.665	99.25%	82.11%	50.76	да	The Ministry of Youth and Sports of Turkey	–	14	29
Азия	Индия	0.609	0.548	90.18%	–	43.17	да	The Ministry of Youth and Sports	–	15	29
Азия	Китай	0.728	0.578	99.73%	–	80.96	нет	The Communist Youth League of China (CYL)	All-China Youth Federation (ACYF)	14	28
Азия	Южная Корея	0.898	0.797	–	95.98%	28.58	да	The Ministry of Gender Equality and Family	National Council of Youth Organizations in Korea (NCYOK)	9	24
Африка	Зимбабве	0.509	0.460	91.73%	35.40%	40.41	да	The Department of Youth of the Ministry of Youth, Indigenisation & Economic Empowerment	The Zimbabwe Youth Council (ZYC)	15	35
Африка	Камерун	0.512	0.449	83.80%	–	40.53	да	The Ministry for Youth and Sports	The National Council of Youth of Cameroon (CNJC)	15	35
Африка	Египет	0.690	0.530	91.12%	82.50%	54.45	нет	The Ministry of State for Youth Affairs	–	18	35
Африка	Кения	0.548	0.563	85.90%	49.98%	31.16	да	–	The National Youth Council of Kenya (NYC-Kenya)	15	30
Африка	Марокко	0.591	0.575	83.19%	–	42.64	да	The Ministry of Youth and Sports (MoYS)	–	15	29
Европа	Франция	0.888	0.795	–	96.66%	23.83	да	The Ministry for Sports, Youth, Popular Education and Community Life	The Committee for National and International Relations between Youth and Non-formal Education Associations (CNAJEP)	3	30
Европа	Италия	0.873	0.726	99.93%	91.89%	28.93	нет	The Department of Youth and National Civic Service	The National Youth Forum	14	30
Европа	Греция	0.865	0.662	99.45%	99.23%	30.35	нет	The General Secretariat for Youth (GSfY)	The National Youth Council of Greece (ESYN)	18	30
Европа	Финляндия	0.883	0.773	–	92.38%	8.59	да	The Department for Cultural, Sport and Youth Policy of the Ministry of Education and Culture	The Finish Youth Cooperation (Allianssi)	0	29
Европа	Норвегия	0.944	0.804	–	94.89%	8.79	да	The Department of Family, Children and Youth	The Norwegian Children and Youth Council (LNU)	12	29
Европа	Россия	0.798	0.597	99.70%	–	49.03	да	Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь)	Национальный Совет молодёжных и детских объединений России	15	29
Европа	Эстония	0.861	0.697	99.97%	90.65%	14.31	да	The Estonian Youth Work Centre (EYWC)	The Estonian National Youth Council (ENL)	7	26
Европа	Германия	0.916	0.894	–	–	14.80	да	The Ministry of Family Affairs, Senior Citizens, Women and Youth	The German Federal Youth Council (DBJR)	14	26
Европа	Швеция	0.907	0.810	–	92.76%	12.33	да	The Swedish Agency for Youth and Civil Society	The National Council of Swedish Youth Organisations (LSU)	13	25
Европа	Великобритания	0.907	0.837	–	94.63%	21.70	да	The Cabinet Office	The British Youth Council (BYC)	13	19

Окончание.

Континент	Страна	HDI ¹	YDI ²	Уровень грамотности	Охват среднего образования	Свобода прессы	Национальная молодежная политика	Государственный орган, отвечающий за молодежь (федеральный уровень)	Национальная молодежная организация / объединение	Нижняя возрастная граница	Верхняя возрастная граница
Океания	Самоа	0.702	0.687	99.57%	79.66%	18.80	да	The Division for Youth	–	18	35
Океания	Королевство Тонга	0.717	0.654	99.45%	76.39%	21.24	да	The Ministry of Internal Affairs	The Tonga National Youth Congress (TNYC)	15	34
Океания	Папуа - Новая Гвинея	0.505	0.560	72.35%	–	25.81	да	The National Youth Commission (NYC)	–	12	25
Океания	Австралия	0.935	0.838	–	85.27%	17.84	да	The Office for Youth	Australian Youth Affairs Coalition (AYAC)	12	24
Океания	Новая Зеландия	0.914	0.813	–	96.96%	10.01	да	The Ministry of Youth Development	–	12	24
Северная Америка	Мексика	0.756	0.692	99.04%	67.88%	49.33	да	The Mexican Institute of Youth (IMJUVE)	–	12	29
Северная Америка	Канада	0.913	0.809	–	–	15.26	нет	–	–	15	28
Северная Америка	Соединенные Штаты	0.915	0.775	–	86.91%	22.49	да	The Interagency Working Group on Youth Programs	–	0	25
Северная Америка	Ямайка	0.719	0.706	96.50%	74.27%	12.45	да	The Ministry of Youth & Culture	The National Youth Council of Jamaica (NYCJ)	15	24
Северная Америка	Гаити	0.483	0.479	82.07%	–	24.66	нет	The Ministry of Youth, Sport and Civic Action	The National Youth Council of Haiti (CNJH)	15	24
Южная Америка	Уругвай	0.793	0.669	99.01%	72.01%	15.88	да	The National Youth Institute (INJU)	–	14	29
Южная Америка	Чили	0.832	0.774	98.68%	84.09%	19.23	да	The National Institute for Youth (INJUV)	–	15	29
Южная Америка	Бразилия	0.755	0.634	98.91%	–	32.62	да	The National Youth Secretariat (SNJ)	National Youth Council	15	29
Южная Америка	Аргентина	0.836	0.601	99.30%	85.12%	25.09	нет	National Youth Bureau	The Federal Youth Council	15	29
Южная Америка	Колумбия	0.720	0.727	98.66%	73.61%	44.11	да	The National System of Youth (SNJ)	–	14	26

¹ **HDI** – Human Development Index – Индекс человеческого развития (ИЧР) — интегральный показатель, рассчитываемый ежегодно для межстранового сравнения и измерения уровня жизни, грамотности, образованности и долголетия как основных характеристик человеческого потенциала исследуемой территории.

² **YDI** – Youth Development Index – Индекс развития молодежи (ИРМ) — комплексный показатель, оценивающий уровень развития человеческого потенциала молодого поколения (молодых людей в возрасте от 15 до 29 лет) по трем основным направлениям: продолжительность жизни и здоровье, образование, уровень жизни.

Приложение Б. Инструментарий опроса – 2017

Анкетная карта

Научная библиотека Южно-Уральского государственного университета (НИУ) и кафедра библиотечно-информационной деятельности Челябинского государственного института культуры проводит опрос с целью выявления Вашего мнения о чтении, книгах, информации и информационных технологиях. Под чтением в данном исследовании подразумевается **чтение художественной литературы, литературы отраслевой тематики, бумажных и/или электронных текстов, информации в целом**. Пожалуйста, учитывайте это при ответах на поставленные вопросы.

Заранее благодарим Вас за участие в исследовании.

1. Как Вы относитесь к чтению?

Отметьте не более 3-х вариантов.

- | | |
|---|--|
| <p>1.1. Не представляю жизни без чтения</p> <p>1.2. Мне нравится читать, я много читаю</p> <p>1.3. Читать модно, я читаю постоянно</p> <p>1.4. Люблю читать, но не хватает времени</p> <p>1.5. Читаю по в основном учебе / работе</p> | <p>1.6. Иногда читаю что-нибудь легкое, чтобы развлечься</p> <p>1.7. Читаю исключительно для получения нужной информации</p> <p>1.8. Не люблю читать, скучно</p> |
|---|--|

2. Сколько книг у Вас в домашней библиотеке или на электронных устройствах?

Отметьте в каждом столбце один подходящий для Вас вариант.

2.1. Бумажных книг	2.2. Электронных книг
2.1.1. менее 50	2.2.1. менее 50
2.1.2. от 50 до 300	2.2.2. от 50 до 300
2.1.3. от 300 до 500	2.2.3. от 300 до 500
2.1.4. от 500 до 1000	2.2.4. от 500 до 1000
2.1.5. более 1000	2.2.5. более 1000

3. Как часто Вы читаете?

- | | |
|---|--|
| <p>3.1. Каждый день</p> <p>3.2. 2-3 раза в неделю</p> <p>3.3. 1 раз в неделю</p> <p>3.4. 2-3 раза в месяц</p> | <p>3.5. 1 раз в месяц</p> <p>3.6. Другое _____
<i>(впишите свой вариант)</i></p> |
|---|--|

4. Чтение на каких носителях Вы предпочитаете?

- 4.2. Электронных (ПК, планшетный компьютер, смартфон, ридер и др.)
- 4.1. Бумажных (книги, газеты, журналы, брошюры и др.)
- 4.2. Читаю и на электронных, и на бумажных носителях
- 4.3. Затрудняюсь ответить

5. Какую информацию/литературу Вы предпочитаете читать?

Выберите из ниже приведённых списков наиболее подходящие для Вас варианты поставив «+».

5.1. В бумажном виде	+	5.2. В электронном виде	+
5.1.1. Художественная литература		5.2.1. Художественная литература	
5.1.2. Учебная литература		5.2.2. Учебная литература	
5.1.3. Производственная литература		5.2.3. Производственная литература	
5.1.4. Периодические издания		5.2.4. Периодические издания	
5.1.5. Новостные сообщения		5.2.5. Новостные ленты	
5.1.6. Не читаю в бумажном виде		5.2.6. Посты (в блогах, соц. сетях)	
5.1.7. Другое _____ <i>(впишите свой вариант)</i>		5.2.7. Не читаю в электронном виде	
		5.2.8. Другое _____ <i>(впишите свой вариант)</i>	

6. Посещаете ли Вы сайты, порталы, форумы, блоги, группы и т.п., посвященные писателям, книгам, новостям из мира литературы и чтению вообще?

На этот вопрос необходимо дать развернутый ответ.

6.1. Да, укажите какие (название / интернет адрес) _____

6.2. Нет, почему _____ (перейдите к вопросу №8)

7. Какие действия Вы обычно совершаете на этих ресурсах?

Отметьте суждения, которые наиболее точно отражают Ваши действия.

- 7.1. Чаще участвую в обсуждении понравившихся книг / авторов
- 7.2. Чаще участвую в обсуждении не понравившихся книг / авторов
- 7.3. Обычно оставляю комментарии, но не участвую в обсуждении
- 7.4. Выкладываю списки книг, которые рекомендую к прочтению
- 7.5. Делаю репосты сообщений, посвященных чтению, книгам, авторам
- 7.6. Пишу обзоры на книги
- 7.7. Смотрю видеоблоги, посвященные чтению и книгам
- 7.8. Выставляю оценки книгам / авторам в рейтинговых системах
- 7.9. Участвую в голосованиях, посвященных книгам / авторам
- 7.10. Участвую в конкурсах / розыгрышах книг
- 7.11. Только читаю, что пишут другие
- 7.12. Другое _____

(впишите свой вариант)

8. Где Вы предпочитаете брать/покупать/скачивать книги/информацию?

Отметьте те варианты, которые для Вас предпочтительны.

- | | |
|--|---|
| 8.1. Книжный магазин | 8.7. Платные легальные интернет-ресурсы и сервисы |
| 8.2. Книжный интернет-магазин | 8.8. У друзей |
| 8.3. Традиционная библиотека | 8.9. У родственников |
| 8.4. Электронная библиотека | 8.10. Другое _____ |
| 8.5. Буккроссинг | <i>(впишите свой вариант)</i> |
| 8.6. Бесплатные нелегальные интернет-ресурсы | |

9. Какие три книги Вы бы порекомендовали непременно прочитать своим сверстникам?

Данный вопрос предполагает развернутый вариант ответа: необходимо указать 3 названия книг и, по возможности, авторов.

10. Назовите, пожалуйста, конкретные произведения или авторов, книги которых Вы НЕ будете читать / перечитывать принципиально и НЕ посоветуете другим?

Данный вопрос предполагает развернутый вариант ответа: необходимо указать названия книг и / или авторов.

11. Как вы относитесь к проблеме «пиратства» (незаконного распространения) в книжной отрасли?

- 11.1. Скорее положительно
- 11.2. Скорее нейтрально
- 11.3. Скорее отрицательно

12. Как Вы относитесь к экранизациям книг?

Отметьте не более 2-х вариантов.

- 12.1. Предпочитаю фильмы книгам
- 12.2. Считаю, что смотреть интереснее, чем читать
- 12.3. Предпочитаю книги фильмам
- 12.4. Считаю, что книгу не заменить экранизацией
- 12.5. Предпочитаю и читать книгу, и смотреть экранизацию
- 12.6. Нельзя сравнивать книгу и фильм, т.к. каждое произведение является самостоятельным
- 12.7. Другое _____
(впишите свой вариант)

13. Из какого источника информации Вы узнаете, что фильм снят по книге?

Отметьте те варианты, которые для Вас предпочтительны.

- 13.1. Афиша / плакат на улице / в кинотеатре
- 13.2. Информация указана на книге
- 13.3. На специализированных сайтах, в социальных сообществах, посвященных кино
- 13.4. На специализированных сайтах, в социальных сообществах, посвященных книгам и чтению
- 13.5. В библиотеке (в том числе, в группах в социальных сетях)
- 13.6. Реклама в интернете
- 13.7. Другое _____
(впишите свой вариант)

14. Соотносите ли вы себя с какими-нибудь субкультурами / молодежными движениями?

- 14.1. Да, укажите какая _____
- 14.2. Нет (*перейдите к вопросу №17*)

15. В каком направлении, сферах деятельности представлены интересы участников данной субкультуры / молодежного движения?

Отметьте те варианты, которые считаете правильными.

- 15.1. Внешний вид (определенная одежда, прическа, макияж, украшения и другие атрибуты)
- 15.2. Литература (автор / произведение / жанр)
- 15.3. Музыка (исполнитель / жанр)
- 15.4. Кино (режиссер / фильм / жанр)
- 15.5. Спорт (спортсмен / вид спорта)
- 15.6. Танцы
- 15.7. Общественно-политическая ситуация (партия / взгляды и пр.)
- 15.8. IT-сфера, компьютерные технологии
- 15.9. Транспорт
- 15.10. Другое _____
(впишите свой вариант)

16. Какое отношение к чтению распространено среди представителей данного сообщества?

- 16.1. Положительное
- 16.2. Нейтральное
- 16.3. Отрицательное

17. Считаете ли Вы себя фанатом / поклонником какого-либо автора / конкретного литературного произведения / жанра?

- 17.1. Да, укажите какого _____
17.2. Нет

18. Ваше отношение к фанфикам?

- 18.1. Знаю что это и читаю
18.2. Знаю что это и сам(а) их сочиняю
18.3. Знаю что это, читаю и сочиняю
18.4. Знаю, но не читаю / не сочиняю (*перейдите к вопросу №20*)
18.5. Не знаю, что это (*перейдите к вопросу №20*)

19. По мотивам каких произведений?

Данный вопрос предполагает развернутый вариант ответа: необходимо указать названия книг и / или авторов.

20. В каком переводе Вы чаще читаете книги на иностранных языках?

- 20.1. Официальный (издательство)
20.2. Любительский
20.3. Читаю на языке оригинала
20.4. Были случаи, когда выбор зависел от конкретной книги / автора / ситуации (*перейдите к вопросу №22*)

21. Чем объясняется Ваш выбор такого перевода?

Данный вопрос предполагает развернутый вариант ответа.

22. Кто / что является решающим для Вас в выборе литературы?

Отметьте в каждом столбце не более 3-х подходящих для Вас вариантов.

22.1. КТО	22.2. ЧТО
22.1.1. Библиотекари	22.2.1. Печатная реклама (баннеры, плакаты и др.)
22.1.2. Друзья	22.2.2. Реклама в интернете
22.1.3. Участники субкультурного сообщества	22.2.3. Экранизации
22.1.4. Родственники	22.2.4. Профессиональная литературная критика
22.1.5. Преподаватели	22.2.5. Результаты литературных премий
22.1.6. Писатели	22.2.6. Рейтинги книг
22.1.7. Интернет сообщество (блоги, форумы, группы и др.)	22.2.7. Наличие на обложке слов: «бестселлер», «новинка» и др.
22.1.8. Знаменитости (кроме писателей)	22.2.8. Ничего из перечисленного
22.1.9. Собственные предпочтения	22.2.9. Другое _____
22.1.10. Другое _____ <i>(впишите свой вариант)</i>	<i>(впишите свой вариант)</i>

23. Закончите, пожалуйста, фразу: «Хочу прочитать книгу писателя, о котором можно сказать, что он...»

Отметьте не более 4-х вариантов.

- | | |
|------------------------|-----------------------|
| 23.1. Известный | 23.10. Модный |
| 23.2. Старомодный | 23.11. Топовый |
| 23.3. Интересный | 23.12. Думающий |
| 23.4. Интеллектуальный | 23.13. Искренний |
| 23.5. Нашумевший | 23.14. Экранизируемый |
| 23.6. Мудрый | 23.15. Популярный |
| 23.7. Понятный | 23.16. Веселый |
| 23.8. Обсуждаемый | 23.17. Простой |
| 23.9. Оригинальный | 23.18. Другое _____ |

(впишите свой вариант)

24. Насколько Вы согласны с каждым вариантом продолжения фразы: «Читаю художественную литературу в основном для того, чтобы...»?

Отметьте знаком «+» в соответствующей графе подходящий для Вас вариант ответа для всех предложенных фраз.

	Полностью согласен	Почти согласен	Скорее согласен, чем не согласен	Пожалуй, не согласен	Совсем не согласен	Не знаю, не думал об этом
	1	2	3	4	5	6
Развлечься, отдохнуть от забот						
Понять психологию других людей						
Познать себя						
Не быть похожим на невежд						
Иметь возможность относить себя к числу образованных людей						
Больше узнать о мире						
Не отставать от других в культурном развитии						
Уйти от действительности, забыть о своих проблемах						
Повысить уровень своей литературной образованности						
Чувствовать себя равным в общении с людьми, которых я уважаю						
Иметь тему для разговора						

25. Часто ли Ваше мнение о книгах совпадает с мнением людей, которые для Вас авторитетны?

- 25.1. Всегда совпадает
- 25.2. Не всегда, но часто совпадает
- 25.3. Не очень часто совпадает
- 25.4. Редко совпадает
- 25.5. Никогда не совпадает
- 25.6. Не знаю, не думал об этом

26. Какие возможности библиотек для вас были бы / являются наиболее привлекательными?
Отметьте те варианты, которые для Вас предпочтительны.

- | | |
|--|--|
| 26.1. Наличие нужной литературы / информации | 26.8. Ксерокопирование / печать / сканирование |
| 26.2. Дизайн | 26.9. Бесплатный интернет |
| 26.3. Возможность уединения, тишина | 26.10. Культурные мероприятия |
| 26.4. Наличие необходимых технических средств | 26.11. Кружки по интересам |
| 26.5. Доступ к закрытым электронным базам данных | 26.12. Библиотекари / специалисты библиотек |
| 26.6. Наличие группы библиотеки в социальных сетях | 26.13. Наличие буфета |
| 26.7. Наличие сайта | 26.14. Другое _____ |
- (впишите свой вариант)*

27. Пользуетесь ли Вы услугами библиотек?

27.1. Да, укажите каких:

- 27.1.1. Вузовская
 - 27.1.2. Областная / городская научная
 - 27.1.3. Областная / городская / районная публичная
 - 27.1.4. Электронная
 - 27.1.5. Другое _____
- (впишите свой вариант)*

27.2. Нет, почему _____ *(перейдите к вопросу №31)*
(на этот вариант необходимо дать развернутое пояснение)

28. Знаете ли Вы о мероприятиях, проводимых в библиотеке, которую посещаете?

- 28.1. Да
- 28.2. Нет *(перейдите к вопросу №31)*

29. Из каких источников информации Вы обычно узнаете о планируемых / прошедших мероприятиях в библиотеке?

Отметьте те варианты, которые для Вас предпочтительны.

- 29.1. Группы библиотеки в социальных сетях
 - 29.2. Новостные группы в социальных сетях
 - 29.3. Другие группы в социальных сетях
 - 29.4. Сайт библиотеки
 - 29.5. Новостные сайты
 - 29.6. Прочие сайты
 - 29.7. Листовки / плакаты в библиотеке
 - 29.8. Плакаты / растяжки в городе
 - 29.9. От друзей / знакомых
 - 29.10. Другое _____
- (впишите свой вариант)*

30. Какие мероприятия Вам запомнились в библиотеке, которую посещаете?

Отметьте не более 3-х вариантов.

- | | |
|--|-----------------------------|
| 30.1. Выставки литературы (книжные выставки) | 30.6. Встречи с писателями |
| 30.2. Просмотры / обзоры литературы / новинок | 30.7. Литературные вечера |
| 30.3. Лекции / тренинги по работе с электронными ресурсами | 30.8. Киноклуб |
| 30.4. Конкурсы, викторины (в том числе в социальных сетях) | 30.9. Квесты |
| 30.5. Концерты | 30.10. Не посещал ни одного |
| | 30.11. Другое _____ |
- (впишите свой вариант)*

31. В каких социальных сетях / сервисах вы имеете страницу?

Отметьте те варианты, которые для Вас предпочтительны.

- 31.1. ВКонтакте
- 31.2. Facebook
- 31.3. Twitter
- 31.4. Instagram
- 31.5. Google+
- 31.6. Одноклассники
- 31.7. ResearchGate, LinkedIn и другие научные / профессиональные социальные сети
- 31.8. Другое _____
(впишите свой вариант)
- 31.9. Не имею

32. Ваш возраст?

(впишите свой возраст)

33. Ваш пол?

- 33.1. Мужской
- 33.2. Женский

34. Укажите название вуза (аббревиатура), в котором обучаетесь / обучались?

35. Выберите из приведенного ниже перечня направление специальности, по которому Вы обучаетесь / обучались?

- 35.1. Математические и естественные науки (физико-математические, химические, биологические науки, экология, науки о Земле и т.д.)
- 35.2. Инженерное дело, технологии и технические науки (энергетика, радиоэлектроника, горное дело, машиностроение, химическая технология, пищевые производства, легкая промышленность, строительство, транспорт и т.д.)
- 35.3. Здравоохранение и медицинские науки
- 35.4. Сельское хозяйство и сельскохозяйственные науки
- 35.5. Общественные (социальные) и гуманитарные науки (обществознание, социология, статистика, история, экономика, политология, юридические науки, военное дело, филологические науки, литература, религия, психология и т.д.)
- 35.6. Искусство и культура (культурология, науковедение, педагогические науки, физическая культура и спорт, СМИ, книжное и библиотечное дело, культурно-досуговая деятельность, музейное и архивное дело, изобразительное искусство и архитектура, музыка и т.д.)

Большое спасибо за участие в нашей работе!

Приложение В.

Анализ данных, полученных в ходе эмпирических исследований

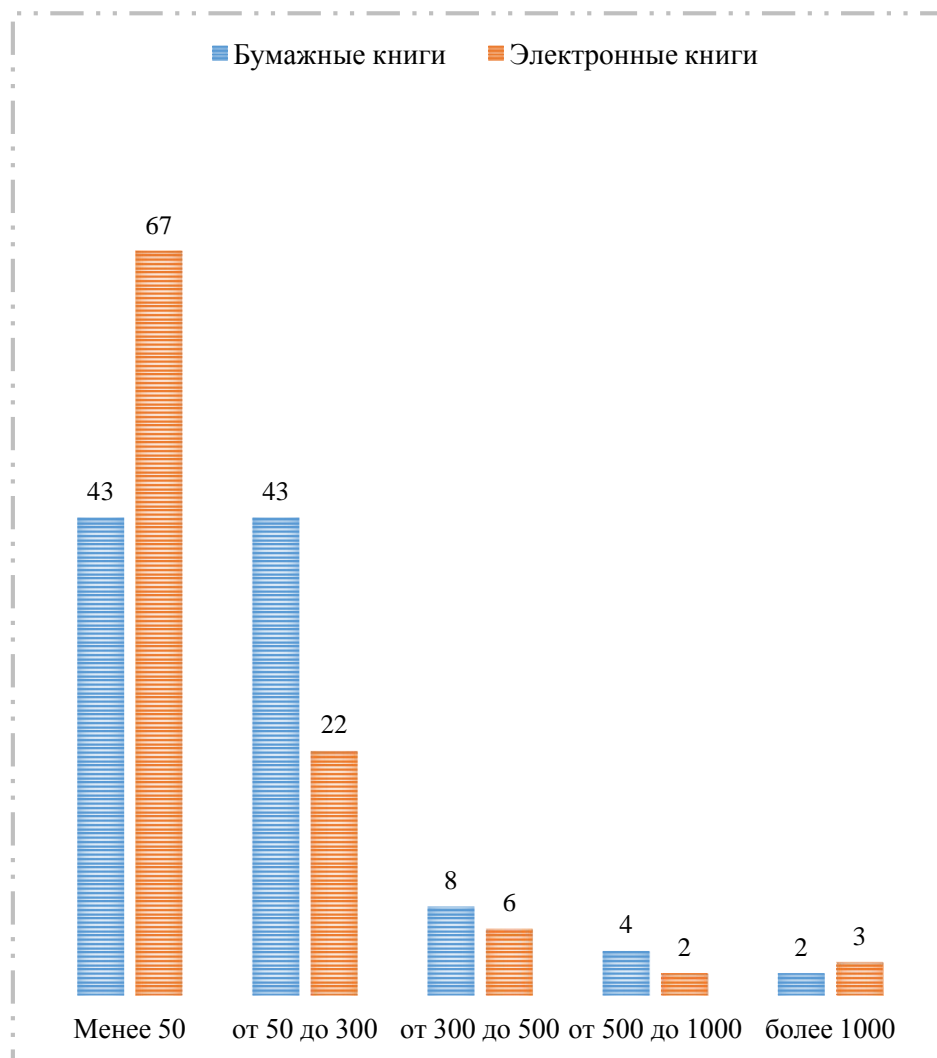
Таблица В.1.

Соотношение данных о респондентах в зависимости от пола, возраста
(распределение по группам образовательных специальностей в % отношении)

Группы образовательных специальностей	Пол		Возраст			Высшее учебное заведение				
	Мужской	Женский	17–19	20–21	22–25	ЮУрГУ	ЧелГУ	ЧГИК	ЮУГМУ	ЮУрГАУ
Математические и естественные науки	33	67	28	44	28	100	–	–	–	–
Инженерное дело, технологии и технические науки	57	43	43	44	13	100	–	–	–	–
Здравоохранение и медицинские науки	17	83	33	42	25	–	–	–	100	–
Сельское хозяйство и сельскохозяйственные науки	63	37	21	46	33	–	–	–	–	100
Общественные (социальные) и гуманитарные науки	20	80	39	36	25	72	27	1	–	–
Искусство и культура	24	76	42	34	24	40	–	60	–	–
Итого	33	67	39	39	22	70	12	10	4	4

Когнитивный компонент ценностных ориентаций

Количество книг в личной библиотеке в % отношении



Видовые читательские предпочтения в % отношении



Таблица В.2.

Эмоциональный компонент ценностных ориентаций
(отношение к чтению возрастных групп молодежи, %)

Группы образовательных специальностей	Возраст			Итого
	17–19	20–21	22–25	
Не представляю жизни без чтения	9	13	21	13
Мне нравится читать, я много читаю	17	20	26	20
Читать модно, я читаю постоянно	3	2	1	2
Люблю читать, но не хватает времени	35	33	31	33
Читаю в основном по учебе / работе	13	10	3	10
Иногда читаю что-нибудь легкое, чтобы развлечься	15	14	12	14
Читаю исключительно для получения нужной информации	7	7	6	7
Не люблю читать, скучно	1	1	–	1

Таблица В.3.

Поведенческий компонент ценностных ориентаций
(соотношение частоты чтения и групп образовательных специальностей, %)

Группы образовательных специальностей	Частота чтения					
	Каждый день	2-3 раза в неделю	1 раз в неделю	2-3 раза в месяц	1 раз в месяц	Другое
Математические и естественные науки	39	30	11	–	6	14
Инженерное дело, технологии и технические науки	32	34	7	11	7	9
Здравоохранение и медицинские науки	46	33	–	13	4	4
Сельское хозяйство и сельскохозяйственные науки	63	21	4	4	4	4
Общественные (социальные) и гуманитарные науки	36	30	12	7	8	7
Искусство и культура	39	27	15	8	5	6
Итого	37	30	12	8	7	6

Соотношение видовых предпочтений информационных носителей и способов получения книг / информации

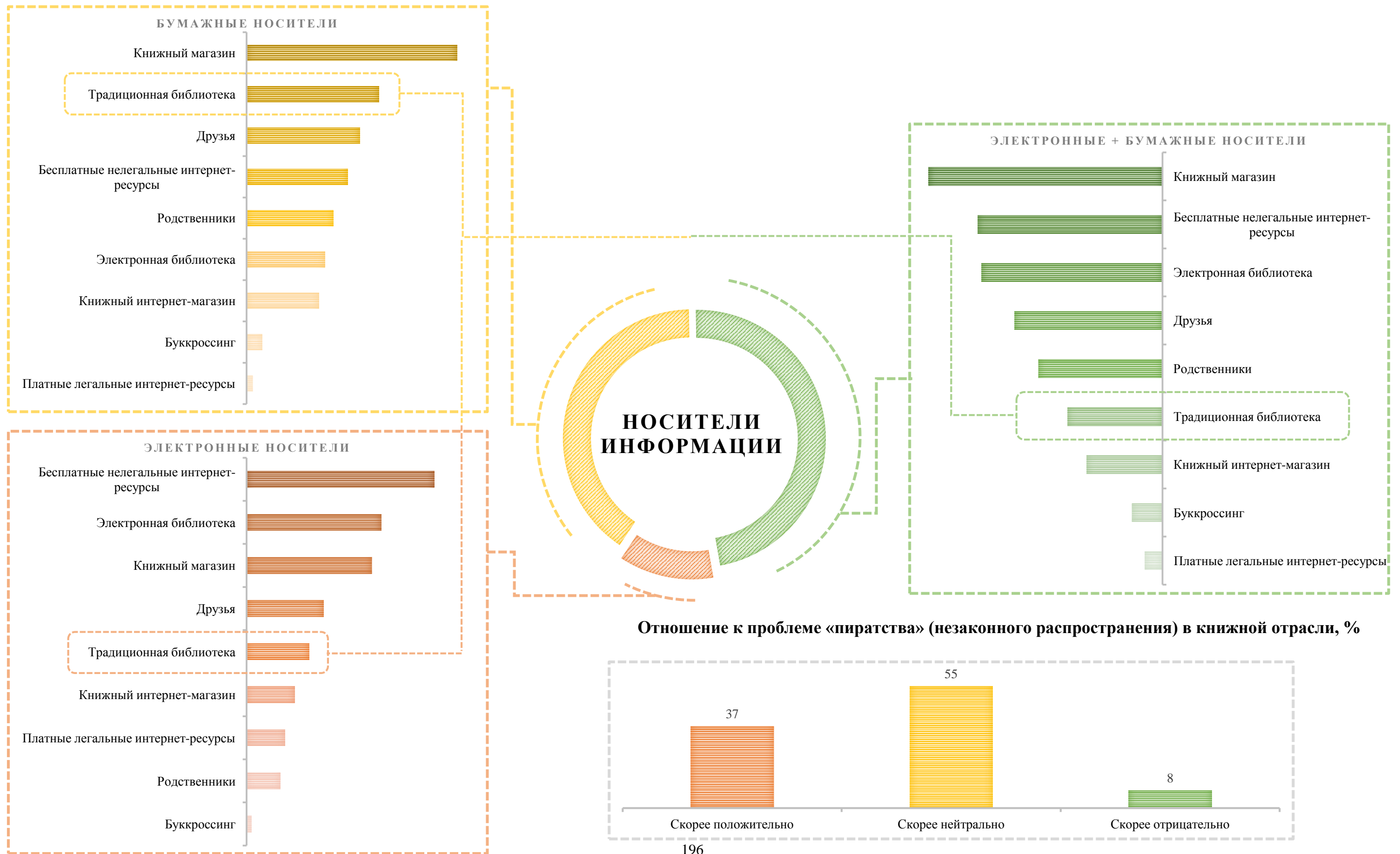


Таблица В.4.

Контент-анализ ответов респондентов на открытый вопрос №6

Смысловые единицы наблюдения	Индикаторы смысловых единиц в тексте (единицы счета)								
	Положительные оценки («Посещаю»)				Отрицательные оценки («Не посещаю»)				
<i>Сетевые ресурсы, посвященные писателям, книгам, новостям из мира литературы и чтению вообще, которые посещает молодежь</i>	Специализированные ресурсы на базе социальных сетей (публичные группы, сообщества)	Специализированные ресурсы, представленные в интернете и социальных сетях	Другие ресурсы в сети интернет	«Затрудняюсь ответить» / поле не заполнено	Не интересно	Нет необходимости	Нет времени	Не знаю об их существовании	«Затрудняюсь ответить» / поле не заполнено
Группы образовательных специальностей									
— Математические и естественные науки	5	2	2	3	4	1	3	—	—
— Инженерное дело, технологии и технические науки	32	24	9	12	33	22	26	2	25
— Здравоохранение и медицинские науки	6	8	2	2	2	3	3	2	1
— Сельское хозяйство и сельскохозяйственные науки	3	10	2	—	9	2	1	—	3
— Общественные (социальные) и гуманитарные науки	92	104	22	15	43	23	35	5	26
— Искусство и культура	27	34	5	5	12	6	11	1	11
Итого	165	182	42	20	103	57	79	6	66

Контент-анализ ответов респондентов на открытые вопросы №9, 10

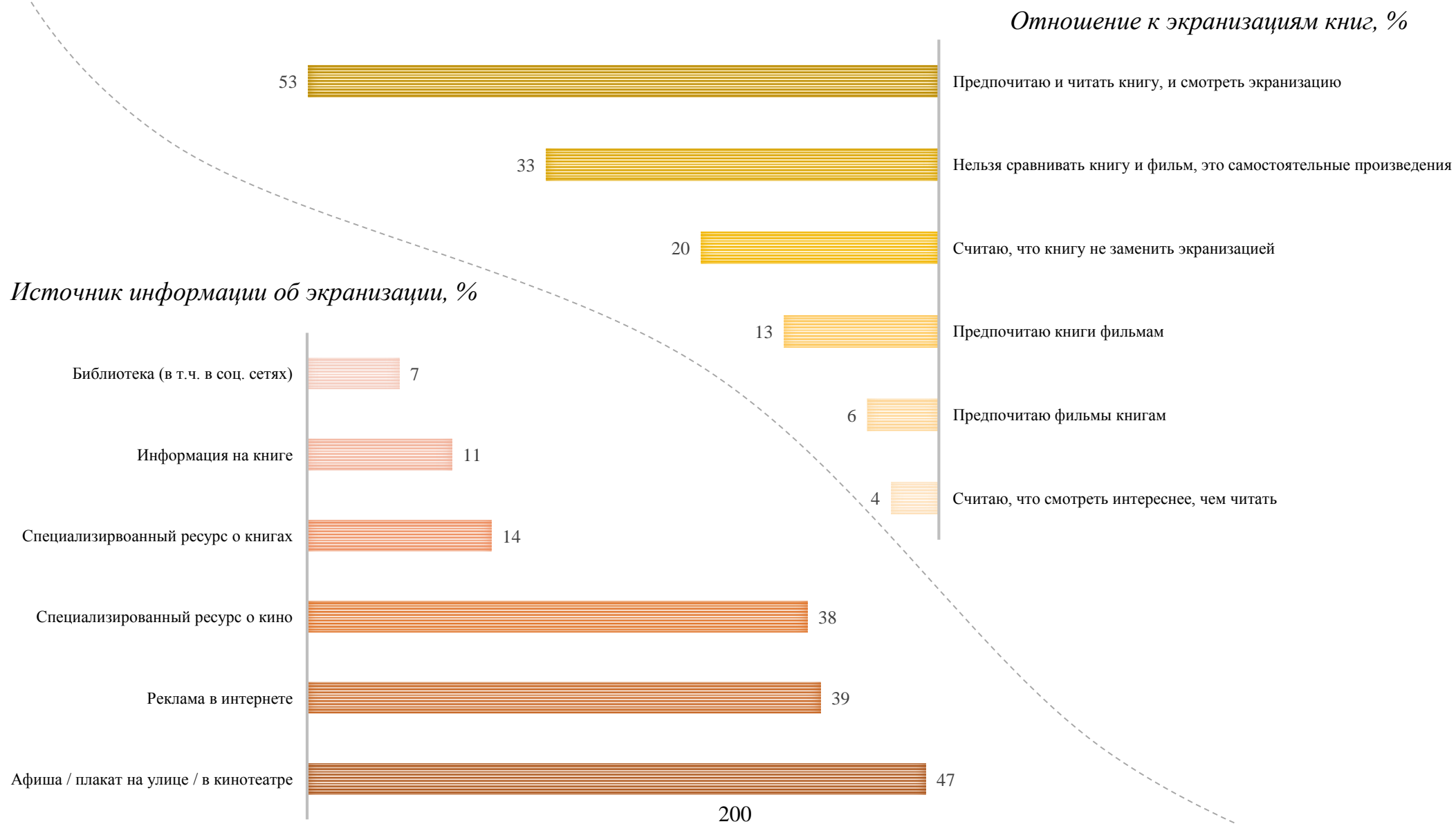
Смысловые единицы наблюдения	Индикаторы смысловых единиц в тексте (единицы счета)																	Нейтральные оценки («Затрудняюсь ответить» / поле не заполнено)
	Положительные оценки («Рекомендую»)								Отрицательные оценки («Не рекомендую»)									
	Жанры						Авторы		Жанры						Авторы			
	Fiction						Non-fiction	Отечественные	Зарубежные	Жанры						Отечественные	Зарубежные	
фэнтези	фантастика	детектив	классическая литература	приключения	другие жанры	фэнтези				фантастика	детектив	классическая литература	приключения	другие жанры				
Читательские рекомендации																		
Группы образовательных специальностей																		
— Математические и естественные науки	–	1	–	23	3	9	7	22	20	–	–	2	4	–	6	5	7	9
— Инженерное дело, технологии и технические науки	23	77	12	154	12	49	39	149	285	9	4	20	39	2	27	56	43	105
— Здравоохранение и медицинские науки	3	7	5	32	6	12	5	21	35	3	1	–	10	–	9	9	1	4
— Сельское хозяйство и сельскохозяйственные науки	5	8	2	25	1	11	5	24	32	–	1	3	6	1	6	8	8	8
— Общественные (социальные) и гуманитарные науки	39	50	15	342	19	183	47	248	434	14	12	41	93	3	87	125	123	100
— Искусство и культура	2	47	12	124	3	27	33	86	149	1	1	10	22	–	34	32	31	32
Итого	72	190	46	700	44	291	136	550	955	27	19	76	174	6	169	235	213	258

Контент-анализ ответов респондентов на открытые вопросы №18, 19

Смысловые единицы наблюдения	Индикаторы смысловых единиц в тексте (единицы счета) «По мотивам произведений»								
	Фанфик	Книги	Комиксы / манга	Сериалы	Фильмы	Игры	Другое	«Затрудняюсь ответить» / поле не заполнено	Всего
Читаю		33	5	5	6	4	15	17	85
Сочиняю		–	1	1	–	–	2	4	8
Читаю и сочиняю		13	1	1	1	–	11	4	31

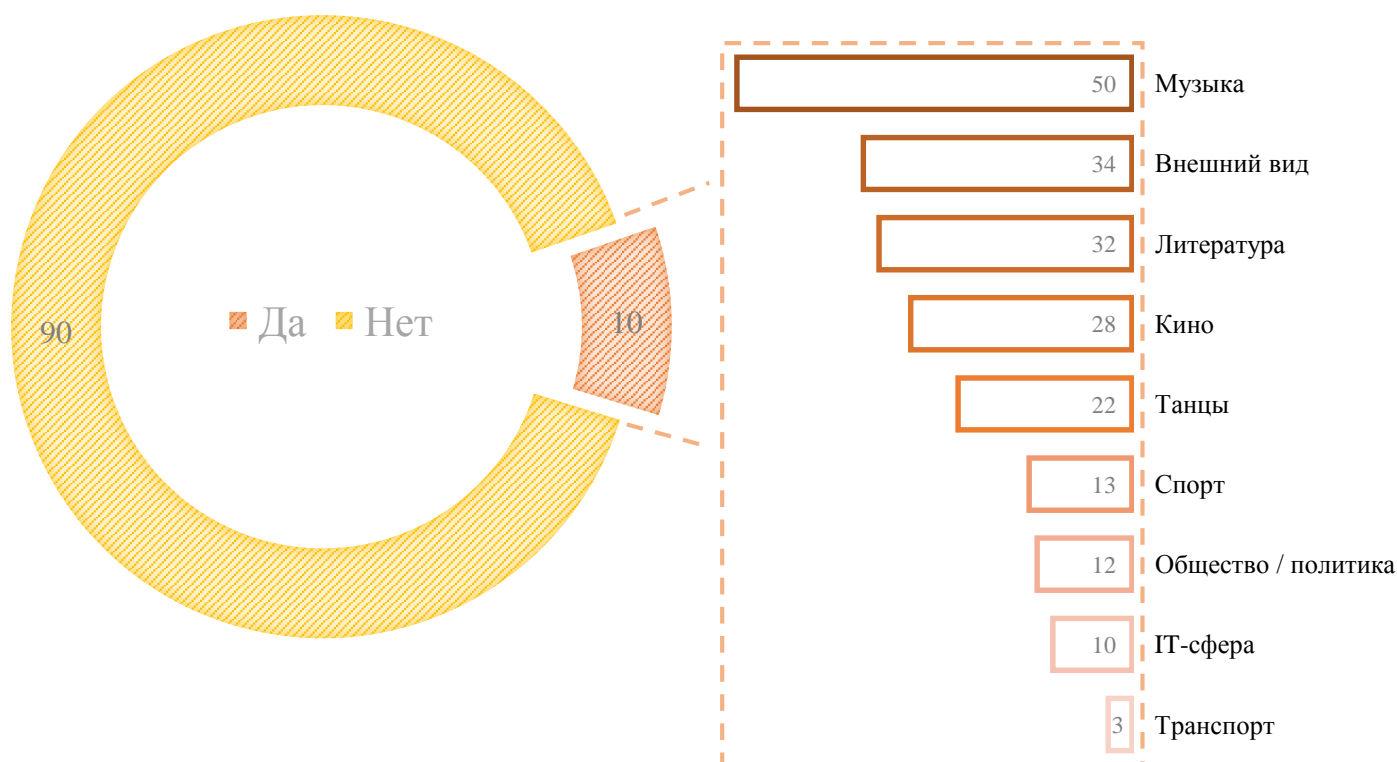
Рисунок В.3.

Роль экранизаций в стимулировании читательской активности молодежи



Принадлежность к субкультурам / молодежным движениям

Направление субкультуры / молодежного движения, %



Облако тегов: зависимость размера кегля шрифта от частоты упоминаний



Таблица В.7.

Контент-анализ ответов респондентов на открытый вопрос №27.2

Смысловые единицы наблюдения	Индикаторы смысловых единиц в тексте (единицы счета)													«Загруженность / поле не заполнено»
	Объективные						Субъективные							
	Режим работы	Территориальная недоступность, удаленность	Необходимая информация доступна в интернете	Сложная конструкция программных продуктов (сайт, каталог)	Отсутствие необходимой информации	Другие	Нет времени	Не интересно	Нет необходимости	Не комфортно	Покупаю книги	Не нравится	Другое	
<i>Причины неиспользования библиотечных услуг молодыми людьми</i>														
— Математические и естественные науки	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
— Инженерное дело, технологии и технические науки	-	2	3	-	-	-	1	1	1	2	4	1	-	3
— Здравоохранение и медицинские науки	-	1	2	1	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-
— Сельское хозяйство и сельскохозяйственные науки	-	1	3	1	2	-	4	-	4	-	-	-	4	2
— Общественные (социальные) и гуманитарные науки	2	3	12	3	2	-	7	1	12	2	3	-	1	9
— Искусство и культура	-	1	2	-	-	-	-	-	2	1	4	-	-	2
Итого	2	8	22	6	4	1	12	2	20	5	12	1	5	16